

CA1
XC 68
-2011
ES2



HOUSE OF COMMONS
CANADA

EMERGING AND DIGITAL MEDIA: OPPORTUNITIES AND CHALLENGES

Report of the Standing Committee on Canadian Heritage

**The Honourable Michael Chong, M.P.
Chair**

FEBRUARY 2011

40th PARLIAMENT, 3rd SESSION





Published under the authority of the Speaker of the House of Commons

SPEAKER'S PERMISSION

Reproduction of the proceedings of the House of Commons and its Committees, in whole or in part and in any medium, is hereby permitted provided that the reproduction is accurate and is not presented as official. This permission does not extend to reproduction, distribution or use for commercial purpose of financial gain. Reproduction or use outside this permission or without authorization may be treated as copyright infringement in accordance with the *Copyright Act*. Authorization may be obtained on written application to the Office of the Speaker of the House of Commons.

Reproduction in accordance with this permission does not constitute publication under the authority of the House of Commons. The absolute privilege that applies to the proceedings of the House of Commons does not extend to these permitted reproductions. Where a reproduction includes briefs to a Standing Committee of the House of Commons, authorization for reproduction may be required from the authors in accordance with the *Copyright Act*.

Nothing in this permission abrogates or derogates from the privileges, powers, immunities and rights of the House of Commons and its Committees. For greater certainty, this permission does not affect the prohibition against impeaching or questioning the proceedings of the House of Commons in courts or otherwise. The House of Commons retains the right and privilege to find users in contempt of Parliament if a reproduction or use is not in accordance with this permission.

Additional copies may be obtained from: Publishing and Depository Services
Public Works and Government Services Canada
Ottawa, Ontario K1A 0S5
Telephone: 613-941-5995 or 1-800-635-7943
Fax: 613-954-5779 or 1-800-565-7757
publications@tpsgc-pwgsc.gc.ca
<http://publications.gc.ca>

Also available on the Parliament of Canada Web Site
at the following address: <http://www.parl.gc.ca>

**EMERGING AND DIGITAL MEDIA:
OPPORTUNITIES AND CHALLENGES**

**Report of the Standing Committee on
Canadian Heritage**

**The Honourable Michael Chong, M.P.
Chair**



FEBRUARY 2011

40th PARLIAMENT, 3rd SESSION

STANDING COMMITTEE ON CANADIAN HERITAGE

October 2009 to June 2010

CHAIR

Gary Schellenberger, M.P.

VICE-CHAIRS

Carole Lavallée, M.P.

Pablo Rodriguez, M.P.

MEMBERS

Charlie Angus, M.P.

Dean Del Mastro, M.P.

Royal Galipeau, M.P.

Roger Pomerleau, M.P.

Tim Uppal, M.P.

Rod Bruinooge, M.P.

Ruby Dhalla, M.P.

Nina Grewal, M.P.

Scott Simms, M.P.

CLERK OF THE COMMITTEE

Richard Dupuis

LIBRARY OF PARLIAMENT

Parliamentary Information and Research Service

Marion Ménard

Michael Dewing

STANDING COMMITTEE ON CANADIAN HERITAGE

September 2010 to February 2011

CHAIR

Hon. Michael Chong, M.P.

VICE-CHAIRS

Carole Lavallée, M.P.

Pablo Rodriguez, M.P.

MEMBERS

Charlie Angus, M.P.

Patrick Brown, M.P.

Dean Del Mastro, M.P.

Roger Pomerleau, M.P.

Scott Simms, M.P.

Scott Armstrong, M.P.

Bonnie Crombie, M.P.

Royal Galipeau, M.P.

Blake Richards, M.P.

CLERK OF THE COMMITTEE

Richard Dupuis

Graeme Truelove

LIBRARY OF PARLIAMENT

Parliamentary Information and Research Service

Marion Ménard

Michael Dewing



Digitized by the Internet Archive
in 2023 with funding from
University of Toronto

<https://archive.org/details/31761119703064>

THE STANDING COMMITTEE ON CANADIAN HERITAGE

has the honour to present its

SEVENTH REPORT

Pursuant to its mandate under Standing Order 108(2), and the motions adopted on Tuesday, March 16, 2010 and Tuesday, October 5, 2010 the Committee has studied *Emerging and Digital Media: Opportunities and Challenges* and agreed to report the following:

TABLE OF CONTENTS

EMERGING AND DIGITAL MEDIA: OPPORTUNITIES AND CHALLENGES	1
CHAPTER 1: INTRODUCTION.....	1
1.1 Context	1
1.2 Pre-study	1
CHAPTER 2: EMERGING AND DIGITAL MEDIA: OPPORTUNITIES.....	5
2.1 Impact on cultural industries	5
2.2 Success stories.....	8
CHAPTER 3: EMERGING AND DIGITAL MEDIA: CHALLENGES	13
3.1 Introduction	13
3.2 Digital heritage	13
3.3 Broadband Internet Access.....	14
3.4 Training.....	15
3.5 Copyright	16
3.5.1 Introduction	16
3.5.2 Protection for creative works	16
3.5.3 Fair dealing	18
3.5.4 Copying levies.....	19
3.5.5 Internet Service Provider Liability	20
3.6 Compensation for creators.....	22
3.7 Business models.....	23
3.8 Canadian content.....	26
3.9 Open Internet.....	27
CHAPTER 4: EMERGING AND DIGITAL MEDIA: THE ROLE OF THE FEDERAL GOVERNMENT	29
4.1 Introduction	29
4.2 The digitization of government data and documentary heritage	29
4.3 The National Digital Strategy	30
4.4 Statutes and regulations	32
4.5 The Canada Media Fund	34
4.6 International treaties	35

4.7 Foreign ownership 36

4.8 Canadian content..... 38

4.9 Access and training..... 39

CHAPTER 5: RECOMMENDATIONS 41

APPENDIX A: LIST OF WITNESSES 45

APPENDIX B: LIST OF BRIEFS 51

REQUEST FOR GOVERNMENT REPONSE 53

EMERGING AND DIGITAL MEDIA: OPPORTUNITIES AND CHALLENGES

CHAPTER 1: INTRODUCTION

1.1 Context

In two of its recent reports, the Standing Committee on Canadian Heritage (hereinafter the Committee) noted the impact of emerging and digital media¹ on Canadian public broadcasting (*CBC/Radio-Canada: Defining Distinctiveness in the Changing Media Landscape*)² and television broadcasting (*Issues and Challenges Related to Local Television*).³ Developments in emerging and digital media are also changing the environment for other cultural industries, such as radio broadcasting, book publishing, magazine publishing, music publishing, and film distribution.

Given the rapidly changing media environment and the profound impact emerging and digital media are having on all aspects of culture, the Committee decided that it should study the overall impact of emerging and digital media. First, however, it felt that it should conduct a pre-study to identify the kinds of questions it should examine. Consequently, on March 2, 2009 the Committee agreed:

That the Committee hold three meetings on the subject of the New Media and then decide if further meetings will be necessary.⁴

1.2 Pre-study

In its pre-study, the Committee held meetings with Chad Gaffield, President of the Social Sciences and Humanities Research Council of Canada (SSHRC); Michael Geist, law professor at the University of Ottawa and Canada Research Chair in Internet and E-commerce Law; and Jacob Glick, Canada Policy Counsel for Google Inc.

These three witnesses gave the Committee overviews of the impact of digital media, Canada's situation regarding the adoption of digital media, some of the challenges that need to be addressed, and the role the federal government could play. They talked

1 The term "emerging and digital media" is used instead of the terms "new media" or "digital media" to refer to all kinds of digital services delivered over the Internet or wireless networks or other platforms such as video game consoles.

2 Committee, *CBC/Radio-Canada: Defining Distinctiveness in the Changing Media Landscape*, February 2008, <http://www2.parl.gc.ca/HousePublications/Publication.aspx?DocId=3297009&Language=E&Mode=1&Parl=39&Ses=2>, (accessed June 8, 2010).

3 Committee, *Issues and Challenges Related to Local Television*, <http://www2.parl.gc.ca/HousePublications/Publication.aspx?DocId=4005108&Language=E&Mode=1&Parl=40&Ses=2> (accessed June 8, 2010).

4 *Minutes of Proceedings*, Committee, Meeting No. 6, 40th parliament, 2nd Session, March 2, 2009.

about how digital media are creating a world of abundance and complexity, about the need for Canada to play a leadership role in harnessing digital media, and about the steps that might be taken to play that role.

Subsequent to these hearings, the Committee decided to conduct an in-depth study entitled *Emerging and Digital Media: Opportunities and Challenges*, and on April 1, 2010 it adopted the following terms of reference:

In this study, the Committee on Canadian Heritage will explore developments in emerging and digital media, how they are affecting Canadian cultural industries, and what federal institutions could do to assist Canadians and Canadian cultural industries benefit from these developments.

As part of its study, the Committee will examine the following questions:

1. How are developments in emerging and digital media affecting Canadian cultural industries?
 - How will future developments affect them?
 - Are there examples of Canadian success stories?
2. What can Canadian cultural industries do to benefit from developments in emerging and digital media and to prepare for future developments?
3. Is there a way of ensuring that creators of artistic and cultural content are compensated for their work?
4. What could be done to ensure that Canadians, including those working in the cultural industries, have the right skills to benefit from emerging and digital media?
5. What could be done to ensure that all Canadians, no matter where they live or what their socio-economic status is, have access to emerging and digital media?
6. What policies could the federal government adopt to help Canadians and Canadian cultural industries benefit from developments in emerging and digital media?
7. What would be the impact of changes in foreign ownership rules, including legislative and regulatory changes, on Canadian content and culture?

The Committee held meetings on the study until May 25, 2010. Including the pre-study phase, it held a total of 13 meetings, during which it heard from 43 groups and individuals. On June 17, the Committee presented to the House of Commons an interim report summarizing the evidence it had heard. In October and November, the Committee held four more meetings on the study, during which it heard from 13 groups and individuals.

This final report builds on the interim report by incorporating the testimony heard during the four additional meetings. It also includes 26 recommendations.

CHAPTER 2: EMERGING AND DIGITAL MEDIA: OPPORTUNITIES

2.1 Impact on cultural industries

In response to the Committee's questions in the terms of reference on how developments in emerging and digital media are affecting Canadian cultural industries, a number of witnesses discussed the characteristics of emerging and digital media and the impact these characteristics are having.

Several witnesses presented theoretical analyses of the impact of emerging and digital media. Mr. Gaffield of the SSHRC, for example, identified three major changes taking place: "first, a new recognition of complexity; second, a new embracing of diversity; and third, a new emphasis on creativity" and said emerging and digital media "are enabling, accelerating, and redefining the significance of these three key changes."⁵

The speed with which change is taking place was remarked upon by several witnesses, and Tom Perlmutter, Government Film Commissioner and Chair, National Film Board (NFB), expressed concern about the rate of change:

We are working on an assumption of incremental, manageable change, and yet something very different may be happening. Instead of incremental change, we may be pushing to a tipping point when—bang—everything becomes undone with enormous rapidity.⁶

Mr. Geist from the University of Ottawa emphasized the move from "a world of scarcity, with limited bandwidth and difficulties in accessing culture, to one of abundance, where there is nearly unlimited access to culture."⁷ He described one of the implications of this:

The world of scarcity was one in which you could keep certain kinds of content out; you could keep it scarce and thus make it more regulable. Today we live in a world of abundance where keeping content out simply isn't possible, and it creates real challenges for those who want to have regulations premised on that scarcity.⁸

Mr. Glick of Google Inc. raised the same question,⁹ while Daniel J. Caron, Librarian and Archivist, Library and Archives Canada, noted that the "problem of abundance directly affects the capacity of societies to identify, preserve and ensure access to their

5 *Evidence, Committee, Meeting No. 32, 40th Parliament, 2nd Session, October 27, 2009, 1115.*

6 *Evidence, Committee, Meeting No. 11, 40th Parliament, 3rd Session, April 29, 2010, 1130.*

7 *Evidence, Committee, Meeting No. 3, 40th Parliament, 3rd Session, March 25, 2010, 1110.*

8 *Ibid.*, 1155.

9 *Evidence, Committee, Meeting No. 4, 40th Parliament, 3rd Session, March 30, 2010, 1115.*

documentary heritage.”¹⁰ As a case in point, Tom Jenkins, Executive Chairman and Chief Strategy Officer, Open Text Corporation, remarked that “digital content is doubling every 30 days—that’s digital content in the entire world. So everything since the beginning of civilization to today will be doubled again by this summer.”¹¹

Another issue identified by several witnesses was convergence. Mr. Glick made the following two points: “one, everything is converging onto the public Internet; and two, a corollary of that is that this convergence is good for innovation, consumer choice, and competition.”¹² He elaborated by saying that TV, cell phone, regular telephone, and cable, with many different kinds of content, are all converging on the Internet.¹³

For John Bonnett, Canada Research Chair in Digital Humanities and Assistant Professor, Department of History, Brock University, convergence means that various software tools can be brought together and used in new ways. He gave the example of, “the geographic information system, the Canadian invention that merges maps with database technology and which is now used to support applications ranging from cartography to urban planning and emergency management.”¹⁴

One of the consequences of this technological convergence is corporate convergence, and this has implications for creators. Claire Samson, President and Chief Executive Officer, Association des producteurs de films et de télévision du Québec, pointed out :

Digitization and convergence accentuate the trend toward the concentration of media ownership rights. There are increasing interrelations and complementarity between the telecommunications, publication, broadcasting and Internet sectors, where a small number of economic players own vast families of businesses.¹⁵

Michael Hennessy of Telus Communications concurred, saying “...the biggest threat to access, diversity, and choice arises from the unprecedented vertical integration we see in the broadcasting industry....”¹⁶

At the same time, there has been a blurring of the roles of players in the system, as explained by Aline Côté, President of the Copyright Committee and Editor, Association nationale des éditeurs de livres:

It has allowed new corporations collecting billions of dollars from cultural content, good-faith users, pirates and even libraries to assume some of the roles previously reserved to

10 *Evidence*, Committee, Meeting No. 12, 40th Parliament, 3rd Session, May 4, 2010, 1115.

11 *Evidence*, Committee, Meeting No. 15, 40th Parliament, 3rd Session, May 13, 2010, 1135.

12 *Evidence*, Committee, Meeting No. 4, 40th Parliament, 3rd Session, March 30, 2010, 1110.

13 *Ibid.*

14 *Evidence*, Committee, Meeting No. 10, 40th Parliament, 3rd Session, April 27, 2010, 1235.

15 *Evidence*, Committee, Meeting No. 12, 40th Parliament, 3rd Session, May 4, 2010, 1215.

16 *Evidence*, Committee, Meeting No. 25, 40th Parliament, 3rd Session, October 26, 1530.

publishers, that is to say the creation of formats, the granting of rights to third parties and even the usurpation of some of the functions traditionally reserved to bookstores and libraries.¹⁷

Convergence has other impacts, as noted by Pierre Proulx, Chief Executive officer, Alliance numérique—Réseau de l'industrie numérique du Québec: “[I]n the world of digital convergence, borders no longer exist; the market is highly competitive and very global.”¹⁸ For Gary Maavara, Vice-President and General Counsel, Corus Entertainment Inc., this globalization represents an opportunity, and he said that his company’s “productions are available in more than 160 countries worldwide in more than 40 different languages.”¹⁹

Regarding the interaction between creators and consumers, Maureen Parker, Executive Director, Writers Guild of Canada, said that digital media allow creators to reach audiences directly and have lower costs of production, meaning that creators such as screenwriters can become digital content producers.²⁰ For John Levy, Chairman and Chief Executive Officer, Score Media Inc., the most fundamental shift is that individuals are able to connect and share content instantaneously,²¹ and for Alain Pineau, National Director, Canadian Conference of the Arts (CCA), this shift “has changed the way in which artists produce and the relationship that institutions have with their public. Interactivity is overturning business models and changing the ways in which cultural products are consumed.”²²

The Committee also heard that another impact of emerging and digital media on cultural industries is that industries involved in digital media tend to concentrate in creative clusters. David Wolfe, Professor of Political Science, Co-Director of the Program on Globalization and Regional Innovation Systems, University of Toronto, said that where there are these concentrations, “it is usually where there is a preceding base of firms concentrated in related industries. These are the creative industries, such as film, television, and broadcasting.”²³ Jason Kee, Director of Policy and Legal Affairs, Entertainment Software Association of Canada, said these concentrations of creative industries are important for the gaming industry because they “are not only where artists tend to congregate but where digital technology is more readily available. ...Many of the [educational] institutions tend to be centred around there. We’ve been producing a lot of fantastic graduates.”²⁴

17 *Evidence*, Committee, Meeting No. 7, 40th Parliament, 3rd Session, April 15, 2010, 1110.

18 *Evidence*, Committee, Meeting No. 14, 40th Parliament, 3rd Session, May 11, 2010, 1210.

19 *Evidence*, Committee, Meeting No. 16, 40th Parliament, 3rd Session, May 25, 2010, 1215.

20 *Evidence*, Committee, Meeting No. 12, 40th Parliament, 3rd Session, May 4, 2010, 1110.

21 *Evidence*, Committee, Meeting No. 15, 40th Parliament, 3rd Session, May 13, 2010, 1115.

22 *Ibid.*, 1205.

23 *Evidence*, Committee, Meeting No. 10, 40th Parliament, 3rd Session, April 27, 2010, 1140.

24 *Evidence*, Committee, Meeting No. 12, 40th Parliament, 3rd Session, May 4, 2010, 1250.

Although the Committee heard that emerging and digital media are changing the media environment in fundamental ways, it also heard that traditional media have not disappeared and that there is a certain amount of overlap between them. Mr. Kee pointed out that “The only difference between a traditional artist and a game maker...is that they work with digital media as opposed to more conventional media.”²⁵ Regarding the book publishing industry, Glenn Rollans, Partner, Lone Pine Publishing, said he sees “a fairly long transition, wherein the balance between digital and paper is shifting but both remain in use, and probably paper will remain in use over the long haul.”²⁶ He went on to say that in the book trade, “digital transactions are such a small part of the marketplace at this point—1% to 5%.”²⁷

Mark Jamison, Chief Executive Officer, Magazines Canada, made a similar point when he said, “A common theme and discussion is that young people are abandoning the print medium, but nothing could be further from the truth. The largest segment of print magazine readers are in fact people between the ages of 18 and 24.”²⁸ Nevertheless, he said, the magazine industry is responding to consumer demands for new ways to access Canadian content by creating enhanced content on websites.²⁹

Fred Mattocks of CBC/Radio-Canada made a similar point when he talked about responding to the demands of new and emerging technologies:

The imperative here is where Canadians are going: the devices they're using, the technologies they're using to connect with life in this country, to connect with stories, to connect with characters. Young people in particular have been leaders in digital space, for sure. We find ways of dealing with these, and we find ways of dealing with them successfully.³⁰

2.2 Success stories

In addition to hearing about how emerging and digital media are changing the environment for cultural industries, the Committee heard about a number of Canadian success stories.

Several witnesses talked about the NFB's success in digitizing its films and making them available on the Internet. During his testimony, NFB Chair Mr. Perlmutter elaborated on the NFB's efforts:

Since the launch of NFB's national screening room at the beginning of last year, we've had over five million views of NFB films. In October we launched our iPhone application, which quickly became both a critical and popular success. iTunes called it one of the ten

25 Ibid.

26 *Evidence*, Committee, Meeting No. 8, 40th Parliament, 3rd Session, April 20, 2010, 1240.

27 Ibid.

28 *Evidence*, Committee, Meeting No. 16, 40th Parliament, 3rd Session, May 25, 2010, 1130.

29 Ibid.

30 *Evidence*, Committee, Meeting No. 27, 40th Parliament, 3rd Session, November 2, 2010, 1625.

best applications of the year. In less than half a year, we've had 700,000 views of films on the iPhone. We are ready to launch on the iPad when it comes to Canada. ONF.ca was the first platform in North America for viewing works in French by francophone creators.³¹

Carolle Brabant, Executive Director, Telefilm Canada, said she was encouraged by initiatives such as Quebecor's *Éléphant: mémoire du cinéma québécois* and Radio-Canada's TOU.TV. She said, "These initiatives make a treasure-trove of Canadian programs and films accessible to Canadians."³²

Steve Anderson, founder and national coordinator, OpenMedia.ca, also mentioned a number of success stories, including CBC Radio 3; the CBC's video experiments; *The Tyee*, an online independent news website; and Rabble.ca, a national independent multimedia news organization.³³

Ms. Parker of the Writers Guild of Canada, noted the success of an original web series called *My Pal Satan*.³⁴ John Barrack, Chief Operating Officer and Chief Legal Officer, Canadian Film and Television Production Association, mentioned a number of multi-platform programs, including regenesistv.com from Xenophile Media and Shaftesbury Films; *Degrassi: The Next Generation* from Epitome Pictures; and marblemedia's thisisdanielcook.com. Michael O'Hearn of the Association of Canadian Publishers said that publishers were having success converting content for e-readers and noted that Harlequin Romance (Harlequin Enterprises Limited) was the most advanced Canadian publisher firm in the field of e-books.³⁵

When Mark Bishop, partner/producer, marblemedia Inc. appeared before the Committee, he described his company's growth over nine years from two people to 30 full-time employees. Saying the company generates \$15 million to \$20 million in production revenues every year, he explained the reasons for its success:

Our focus from day one for the company has been on content, on telling stories that engage audiences on multiple platforms. We've pushed the envelope of experimenting with new platforms from the beginning of our company. High definition, web TV, mobile, convergent, transmedia—you name it, we've done it.³⁶

Another example of a company that has adapted to the changing environment was Score Media Inc. Mr. Levy, the Chairman and Chief Executive Officer, told the Committee of his company's efforts to reach its key audience on new platforms. Score Media operates the Score Television Network, a national sports, news, and information specialty service,

31 Evidence, Committee, Meeting No. 11, 40th Parliament, 3rd Session, April 29, 2010, 1135.

32 Evidence, Committee, Meeting No. 13, 40th Parliament, 3rd Session, May 6, 2010, 1225.

33 Evidence, Committee, Meeting No. 10, 40th Parliament, 3rd Session, April 27, 2010, 1255.

34 Evidence, Committee, Meeting No. 12, 40th Parliament, 3rd Session, May 4, 2010, 1120.

35 Evidence, Committee, Meeting No. 28, 40th Parliament, 3rd Session, November 4, 2010, 1550.

36 Evidence, Committee, Meeting No. 14, 40th Parliament, 3rd Session, May 11, 2010, 1110.

as well as Hardcore Sports Radio, a sports talk satellite radio channel. In June 2009, it launched ScoreMobile, a mobile application, and it had become the number one free sports application on BlackBerry anywhere in the world. This, along with its iPhone application, had more than 1.3 million monthly unique visitors and over 50 million monthly page views.³⁷

The Committee also heard from Mr. Maavara of Corus Entertainment Inc., who described how Nelvana, a Corus-owned producer of children's animation programming, provides Canadian content to multi-platform channels such as KidsCo in Europe, Asia, and Africa, and qubo.com in the United States. It also has a direct-to-consumer digital download strategy.³⁸ He said that when it comes to making such programs, Canadians "are really, really, really very good at this. We are among the best storytellers in the world. The only constraint we have in Canada is the size of our domestic market."³⁹

With regard to the video-games industry, Mr. Kee of the Entertainment Software Association of Canada said his industry "is estimated to generate \$3.5 billion in revenue annually and indirectly employs over 14,000 people in highly skilled, high-paying jobs."⁴⁰ Mr. Proulx of the Alliance numérique—Réseau de l'industrie numérique du Québec pointed out that Montreal is a centre for video games and accounts for half of these jobs.

¹The Committee also heard from university professors who use digital media in their academic research. Mr. Bonnett from Brock University described a project that creates three-dimensional models of heritage buildings and showed the Committee a computer representation of Sparks Street in Ottawa as it looked in 1878.⁴¹ Steven High, Canada Research Chair in Public History, Department of History, Concordia University, described how digital technology is changing the field of oral history through the use of software that makes it possible to access and organize interviews.⁴²

Kelly Moore from the Canadian Library Association gave another example of successes in emerging and digital media. She said that librarians had developed the metadata—data that defines and describes other data⁴³—that allows digital images to be retrieved. This helps researchers "access the digital files of items held in various different collections through a single search."⁴⁴ Duncan McKie of the Canadian Independent Music Association talked about Canadian producers' success in digitizing musical works, which

37 *Evidence*, Committee, Meeting No. 15, 40th Parliament, 3rd Session, May 13, 2010, 1115.

38 *Evidence*, Committee, Meeting No. 16, 40th Parliament, 3rd Session, May 25, 2010, 1215.

39 *Ibid.*, 1230.

40 *Evidence*, Committee, Meeting No. 12, 40th Parliament, 3rd Session, May 4, 2010, 1230.

41 *Evidence*, Committee, Meeting No. 10, 40th Parliament, 3rd Session, April 27, 2010, 1230.

42 *Evidence*, Committee, Meeting No. 14, 40th Parliament, 3rd Session, May 11, 2010, 1200.

43 Treasury Board of Canada Secretariat, Chief Information Officer Branch, "Metadata," <http://www.tbs-sct.gc.ca/im-gi/imrc-crgi/metadata-metadonnees-eng.asp>, (accessed November 29, 2010).

44 *Evidence*, Committee, Meeting No. 25, 40th Parliament, 3rd Session, October 26, 2010, 1550.

allows them to “distribute their works throughout the world in digital form with the correct formats and metadata to allow the tracking of sales and distribution.”⁴⁵

The Committee heard that in some cases, success can have un-intended consequences. Mr. Geist from the University of Ottawa talked about successful websites that begin in Canada, but which were bought by American companies. Among the websites he mentioned were Club Penguin, a website for children that was bought by Disney, and Flickr, an online photography site that was bought by Yahoo.⁴⁶

More generally, some witnesses talked about Canada having the right conditions for the development of emerging and digital media. Kenneth Coates, Dean of Arts at the University of Waterloo, said that cultural production is a major Canadian competitive advantage. He identified other opportunities in Canada’s high-quality education, its adherence to the rule of law and good governance, and its bilingualism and multiculturalism.⁴⁷

Gavin McGarry of Jumpwire Media echoed these remarks and noted that Canadians are enthusiastic users of digital media. For him, Canadian success “comes down to the question of how do we leverage one of the most culturally diverse and digital-savvy countries in the world?”⁴⁸ For Jeannette Kopak of Great Northern Way Campus, one way to do this would be to develop long-distance collaboration.⁴⁹

Jean-Pierre Blais, Assistant Deputy Minister of Cultural Affairs at the Department of Canadian Heritage, said that many other countries consider Canada to be a leader in emerging and digital media. He noted that Montreal and Vancouver are the third biggest video game producers in the world and that Canada is the second largest exporter of musical talent in the world.⁵⁰

45 *Evidence*, Committee, Meeting No. 26, 40th Parliament, 3rd Session, October 28, 2010, 1530.

46 *Evidence*, Committee, Meeting No. 3, 40th Parliament, 3rd Session, March 25, 2010, 1135.

47 *Evidence*, Committee, Meeting No. 25, 40th Parliament, 3rd Session, October 26, 2010, 1535.

48 *Evidence*, Committee, Meeting No. 26, 40th Parliament, 3rd Session, October 28, 2010, 1640.

49 *Evidence*, Committee, Meeting No. 28, 40th Parliament, 3rd Session, November 4, 2010, 1605.

50 *Ibid.*, 1650.

CHAPTER 3: EMERGING AND DIGITAL MEDIA: CHALLENGES

3.1 Introduction

As discussed above, the Committee heard about ways in which emerging and digital media are changing the media environment and about ways in which Canadians are finding success in this new environment. The Committee also heard about a number of areas in which emerging and digital media pose challenges for Canadian cultural industries and institutions.

3.2 Digital heritage

Several witnesses talked about the challenges associated with digitizing and preserving Canada's documentary heritage. In the Committee's first pre-study hearing on the subject of emerging and digital media, Mr. Gaffield of the SSHRC stressed how important Canadian digital content is to the success of Canada's digital future. In order for people to develop as citizens and leaders, Mr. Gaffield argued, they need "ready access to Canadian content—historical, contemporary, economic, social, and cultural." Consequently, "Canadian content must be digitally collected, preserved, and made accessible to business, education, government, and society at large."⁵¹ However, Ian Wilson, strategic advisor to the University of Waterloo, estimated that "less than 4% of what Canada has published is currently available online."⁵²

Mr. Perlmutter of the NFB expressed concerns about Canadian digital content being acquired by other countries, and gave the example of Flickr being acquired by Yahoo and its content being migrated from Canadian servers to U.S. ones. In response, he said: "We need to look at how to ensure that the great wealth of existing content generated by the public and private sectors, often with public subsidies, can be digitized and made available to Canadians."⁵³ However, Mr. Perlmutter also pointed out that for the NFB, "with the resources presently available to us, with our operational funds, this is going to take 20 years if no technological changes are made."⁵⁴

John Bonnett, the professor from Brock University who demonstrated three-dimensional visualization software to the Committee, said that such developments,

... will demand an overhaul of the institutions we use to store and archive knowledge. The library at the start of the 22nd century will likely be a very different place from the one we

51 *Evidence*, Committee, Meeting No. 32, 40th Parliament, 2nd Session, October 27, 2009, 1130.

52 *Evidence*, Committee, Meeting No. 25, 40th Parliament, 3rd Session, October 26, 2010, 1545.

53 *Evidence*, Committee, Meeting No. 11, 40th Parliament, 3rd Session, April 29, 2010, 1135.

54 *Ibid.*, 1155.

now know and will be filled with four-dimensional virtual objects and books that communicate with each other.⁵⁵

When Mr. Caron of Library and Archives Canada appeared before the Committee, he explained: "Documentary heritage is at the core of literacy in Canada, and even at the core of our democracy. By ensuring that the most relevant and significant material is acquired and preserved, we ensure that this material is there to be searched and accessed by Canadians over time."⁵⁶ He also pointed out that digital content can lead to the development of a wide variety of uses and applications, some of which are not yet known.⁵⁷ At the same time, he said:

Fulfilling our mandate in the new digital environment presents unique challenges and opportunities. As you know, the new information and communication technologies are continually evolving. They have fundamentally changed the way Canadians create information, safeguard it, and retrieve it. In the new digital environment, Canadians expect to find information everywhere and anytime.⁵⁸

As examples of the kinds of challenges faced by libraries and archives, Mr. Caron went on to say:

To deliver on the promise of the new digital media environment, we will have to address the issue of identifying and preserving the content created in the new social media networks like Facebook and MySpace. We must open up and link our digital and digitized documentary heritage to Canadian cultural industries, genealogists, historians, lawyers and Canadians in general. In this way, we will enable direct cross-country access to a largely untapped public resource.⁵⁹

Digitizing archives is not without its challenges, however. As Mr. Mattocks of CBC/Radio-Canada pointed out: "The reality is that we do have huge archives, but access to those archives is restricted by two factors. One is the rights aspect...and the other is simply the cost of digitizing that content and then mounting it on some kind of digital platform." He said that CBC/Radio-Canada digitizes archival content when there is a need to do so, but does not have a comprehensive goal to digitize all of the content.⁶⁰

3.3 Broadband Internet Access

The Committee heard from a number of witnesses that access to broadband Internet by all Canadians is essential to the development of digital industries. Witnesses also said that this access is central to the ability of Canadians to participate in the digital economy.

55 *Evidence, Committee, Meeting No. 10, 40th Parliament, 3rd Session, April 27, 2010, 1230.*

56 *Evidence, Committee, Meeting No. 12, 40th Parliament, 3rd Session, May 4, 2010, 1110.*

57 *Ibid.*, 1115.

58 *Ibid.*, 1110.

59 *Ibid.*, 1115.

60 *Evidence, Committee, Meeting No. 27, 40th Parliament, 3rd Session, November 2, 2010, 1635.*

For Mr. Gaffield of the SSHRC, for example, access to broadband Internet has, “become a key issue of social, economic, and cultural integrity,” because “those with the access and ability to communicate using the new media have a huge advantage.”⁶¹ On this point, Ms. Kelly of the Canadian Library Association pointed out:

Certainly access to broadband Internet in rural areas is a challenge that can affect the ability to take advantage of digital media. It is equally important to recognize that while there is sufficient bandwidth in most Canadian cities, cities are also places where the economically disadvantaged, new Canadians, and people with special needs who require services tend to reside. These Canadians often cannot afford broadband access, even when it is physically available to them.⁶²

From an industry perspective, Mr. Kee of the Entertainment Software Association of Canada said,

...ready cost-effective access to a first-class wire-line and wireless broadband infrastructure is crucial to the development of new products, services, and distribution methods in the online environment, which will in turn drive broadband adoption and lead to greater development. Access to advanced broadband infrastructure is indeed essential for online games and the digital delivery of games and is vital to the entertainment software industry's future growth.⁶³

According to Mr. McKie of the Canadian Independent Music Association, however, Canada is lagging behind other countries of the Organisation for Economic Co-operation and Development (OECD) in terms of cost per person and bandwidth speeds.⁶⁴

3.4 Training

Similarly, training and the development of digital skills were seen by many witnesses as essential to Canada's ability to develop and use emerging and digital media. There are two aspects to the issue of training. Witnesses saw the need for a skilled workforce to develop Canada's digital economy, as well as the need for a digitally literate population that is able to take advantage of emerging and digital media.

With regard to digital literacy, Mr. Jenkins of Open Text Corporation said he had recently attended the Canada 3.0 conference in Stratford, Ontario, and that while the 2,000 participants had debated many issues,

Digital literacy had no debate at all. It was clear: we need a program of digital literacy, very much in the same way that we would have thought of literacy 100 years ago as we moved from the farms to the cities and started to require people to become knowledge workers and to be able to read.⁶⁵

61 *Evidence*, Committee, Meeting No. 32, 40th Parliament, 2nd Session, October 27, 2009, 1215.

62 *Evidence*, Committee, Meeting No. 25, 40th Parliament, 3rd Session, October 26, 2010, 1555.

63 *Evidence*, Committee, Meeting No. 12, 40th Parliament, 3rd Session, May 4, 2010, 1235.

64 *Evidence*, Committee, Meeting No. 26, 40th Parliament, 3rd Session, October 28, 2010, 1630.

65 *Evidence*, Committee, Meeting No. 15, 40th Parliament, 3rd Session, May 13, 2010, 1105.

Ms. Kopak of Great Northern Way Campus noted that high school students have “a ton of ideas about where to take us,” but that we need to “enable education systems to let them develop new ideas.”⁶⁶

From an industry point of view, Mr. Proulx of the Alliance numérique—Réseau de l'industrie numérique du Québec said “we must ensure the excellence of our workforce,” and added “institutions of higher learning must clearly be provided with cutting edge infrastructures, again so that people in the industry can be better trained.”⁶⁷

From the perspective of artists, Mr. Pineau of the CCA said:

Artists and art administrators are more obligated to learn a diverse set of skills in order to compete on an open market. Those who have digital marketing skills and social media savvy will be able to promote, present, and professionalize their artistic practice. More attention must therefore be given to training young artists and creators, not only in digital skills but also in the basics of entrepreneurship.

A knowledge economy is a resource that will never run dry. Given the retiring cadre of professionals, we must invest in knowledge transfer programs, mentorships, and apprenticeships in cultural industries and in the arts.⁶⁸

3.5 Copyright

3.5.1 Introduction

Copyright reform was raised by many witnesses as an issue affecting the development of emerging and digital media. It should be noted that most of the Committee's hearings took place during the lead-up to the introduction on June 2, 2010 of a bill to amend the *Copyright Act*.

Witness raised a wide range of concerns related to copyright. Some stressed the need to respond to piracy and to protect the work of creators. Others called for a loosening of the restrictions on the use of copyright material in order to encourage innovation. Several witnesses cited the need for clear rules in developing their business models. The following sections look at some of the main issues regarding copyright.

3.5.2 Protection for creative works

The Committee heard different approaches to protecting creative works. On the one hand, some witnesses felt that people should be able to reuse creative works. This view, which centres on what are often call “user rights,” was expressed by Brett Gaylor, Documentary Filmmaker, EyeSteelFilm Inc., who said:

66 *Evidence*, Committee, Meeting No. 28, 40th Parliament, 3rd Session, November 4, 2010, 1550.

67 *Evidence*, Committee, Meeting No. 14, 40th Parliament, 3rd Session, May 11, 2010, 1210.

68 *Evidence*, Committee, Meeting No. 15, 40th Parliament, 3rd Session, May 13, 2010, 1210.

[O]ur copyright system is fundamentally broken. It does not make sense for those of us who grew up in the digital age. Not only does our current legal environment make an entire generation feel like criminals for experiencing culture in ways that seem as natural to us as turning on the tap, it criminalizes, and in some cases, when paired with digital rights management technologies, prevents the creative reuse and expression of culture.⁶⁹

On the other hand, Loreena McKennitt, President, Quinlan Road Limited, criticized the “user rights” approach, saying:

It is my view that we should be extremely careful with this kind of language, because it isn't a matter of user rights but rather user permissions. Once we dispel the notion that in this respect there is no such thing as user rights, or that people own the music in a CD or a digital download, we can cease worrying about how to balance these rights. Many things the public wishes to do with what they purchase can all be accomplished within the framework of permissions and personal use.⁷⁰

A number of other witnesses called for clear protection of creative works. For example, Graham Henderson, President, Canadian Recording Industry Association, said:

I believe it starts with a very simple, straightforward baseline. We have to draw a little box around what's legal and what's illegal and send clear messages to the people of Canada about what's right and what's wrong.⁷¹

Indeed, according to Darlene Gilliland, Director, Digital Business Development, Universal Music Canada, because of piracy, Canada's digital marketplace is operating well below its potential, and this is due, “in large part to the lack of a robust copyright regime and protection for creators' works in our country, especially when we stack Canada up beside other countries. Our peers have had these protections for a long time.”⁷² Mr. Rollans of Lone Pine Publishing made a similar point when he said his company had between 300 and 400 books in digital form, but had not released them because of the lack of clear rules. He went on to say:

If Canada is going to be a leader in the digital economy, in my mind we have to be a leader in copyright protection for producers of original resources. That includes writers and visual artists, and publishers, who have a creative role in the creation of resources. Where people hold copyright and are secure about the rules in the marketplace, I think they're going to be very energetic participants.⁷³

With regard to the technical means of protecting content, Mr. Kee of the Entertainment Software Association of Canada, explained how the entertainment software industry uses digital rights management measures, also known as technological protection measures (TPMs) or digital locks. He said that in addition to protecting against piracy, they are used to differentiate products. He summed up by saying:

69 *Evidence*, Committee, Meeting No. 7, 40th Parliament, 3rd Session, April 15, 2010, 1135.

70 *Evidence*, Committee, Meeting No. 9, 40th Parliament, 3rd Session, April 22, 2010, 1210.

71 *Ibid.*, 1220.

72 *Ibid.*, 1200.

73 *Evidence*, Committee, Meeting No. 8, 40th Parliament, 3rd Session, April 20, 2010, 1130.

The TPMs are one of the cornerstones on which our industry is built. They've significantly contributed to the success of our industry, because they allow us to offer a wide array of differentiated products that benefit consumers. So if you want to get a trial version of a game, if you just want to rent a game for a short period of time, or if you want to buy it, they actually allow for all of these options.⁷⁴

Brigitte Doucet, Deputy General Director, Association des producteurs de films et de télévision du Québec, also addressed the issue of TPMs, as well as that of websites that enable illegal file sharing, saying:

[W]e suggested ensuring that there is a clear statement [in the *Copyright Act*] that these providers of content retrieval tools are acting illegally and that, for those who choose to protect their content, the way of circumventing content should be made illegal.⁷⁵

Other witnesses raised concerns about digital locks. For instance, Ms. Kelly of the Canadian Library Association expressed concerns about providing "copyright holders of material in an electronic format with almost unlimited power to determine the conditions under which people may use the material."⁷⁶

3.5.3 Fair dealing

The issue of fair dealing was raised by a number of witnesses. What is fair dealing? To quote the Government of Canada website on copyright reform:

Fair dealing is a long-standing feature of Canadian copyright law that permits certain uses of copyrighted material in ways that do not unduly threaten the interests of copyright owners, but which could have significant social benefits.

Currently, fair dealing in Canada is limited to five purposes: research, private study, news reporting, criticism and review.⁷⁷

On the one hand, witnesses including Mr. Geist from the University of Ottawa, Mr. Glick of Google Inc., and Mr. Gaylor of EyeSteelFilm Inc. called for expanded fair dealing. Mr. Geist explained his approach as follows:

Today, we all recognize that there is a problem with fair dealing. Everyday activities such as recording television shows or format shifting aren't covered. Artistic endeavours like parody aren't covered. Some teaching activities aren't covered, and innovative businesses can't rely on the provision either. This goes to the heart of new media creation.

74 *Evidence*, Committee, Meeting No. 12, 40th Parliament, 3rd Session, May 4, 2010, 1255.

75 *Evidence*, Committee, Meeting No. 12, 40th Parliament, 3rd Session, May 4, 2010, 1225.

76 *Evidence*, Committee, Meeting No. 25, 40th Parliament, 3rd Session, October 26, 2010, 1555.

77 Government of Canada, "Copyright Modernization: Questions and Answers," http://strategis.ic.gc.ca/eic/site/crp-prda.nsf/eng/h_rp01153.html, (accessed June 8, 2010).

The solution I'd propose, which I think is a clean, simple one, would be to add two words—"such as"—so that the current list of fair dealing would become illustrative rather than exhaustive, and we would build in flexibility, but—this is crucial—not lose fairness.⁷⁸

However, this suggested approach was opposed by a number of witnesses. For them, creating an illustrative list would create uncertainty and involve creators in endless litigation. The concerns about expanding fair dealing beyond the five purposes listed above were explained by Roanie Levy, General Counsel and Director, Policy and External Affairs, Access Copyright:

Adding the words "such as" to the current fair dealing purposes turns the list from an exhaustive list of five purposes to an illustrative list. This is a significant change to Canada's current fair dealing provisions. It is not simple; nor is it incremental, as some proponents of an open fair dealing provision contend.

Let me explain why. Adding the words "such as" creates a lose-lose situation for everybody, creators and users alike, since everything becomes uncertain and is subject to expensive litigation. That's because an open-ended fair dealing provision ... puts into the hands of the courts what should be determined by Parliament.⁷⁹

Her concerns were echoed by a number of other witnesses, including the Société québécoise de gestion collective des droits de reproduction, the Alliance of Canadian Cinema, Television and Radio Artists (ACTRA), the Société québécoise des auteurs dramatiques, and the Writers Guild of Canada. For example, Marie-Louise Nadeau, Director, Playright, Société québécoise des auteurs dramatiques, said:

We are convinced that expanding fair dealing, in addition to causing confusion among some users already confused about existing exemptions, would be dramatic—pardon the pun—for authors and our small organization dedicated to defending their rights.

We do not have the financial or human resources necessary to prove, on a case-by-case basis, that such and such an organization erred or misinterpreted fair dealing.⁸⁰

On the question of an exemption for educational purposes specifically, Mr. Rollans of Lone Pine Publishing said, "an educational exception would completely undercut the educational publishing world."⁸¹ A similar view was expressed by Ms. Côté, of the Association nationale des éditeurs de livres, who said: "We believe that this would be an undue extension that would allow all possible forms of distribution. ...We are convinced that this would seriously weaken French-Canadian production."⁸²

78 *Evidence*, Committee, Meeting No. 3, 40th Parliament, 3rd Session, March 25, 2010, 1115.

79 *Evidence*, Committee, Meeting No. 8, 40th Parliament, 3rd Session, April 20, 2010, 1115.

80 *Ibid.*, 1140.

81 *Ibid.*, 1135.

82 *Evidence*, Committee, Meeting No. 7, 40th Parliament, 3rd Session, April 15, 2010, 1145.

3.5.4 Copying levies

Several witnesses addressed the issue of extending the private copying levy, which currently applies to blank audio cassette tapes and blank recordable CDs, to MP3 players. The idea of extending the levy was supported by the Writers Guild of Canada, the Canadian Independent Music Association, and ACTRA, who saw it as a way of compensating creators. Stephen Waddell, National Executive Director, ACTRA, said: "To be clear, this isn't a new levy. It's merely updating something that already exists. If the government does not extend the private copying levy, then the government is taking money out of artists' pockets."⁸³ In response to questions, Mr. Waddell elaborated on the idea of a levy, saying:

It's economical. It distributes moneys to makers and to creators. It's very efficient. And it gives access to consumers to use content on multiple platforms and allows format shifting. It has everything that one wants in a system in the new digital environment.⁸⁴

On the other hand, Graham Henderson, President, Canadian Recording Industry Association opposed the idea of a levy because he said, "our goal is to establish...a thriving, legitimate digital music market in Canada in which everybody can be fairly compensated. We believe no levy can ever replace such a market."⁸⁵ In response to questions, he went on to say, "we do not support levies that have the effect of laundering illegally acquired music into legal copies which would have the effect of destroying our marketplace."⁸⁶

This view was supported Charlie Millar, Director, Digital Business Development, Warner Music Canada, who said levies do not address the industry's goal of discouraging the behaviour of those who pirate music: "When you are able, at your fingertips, to go anywhere at any time and download whatever you want, a tax that addresses storage is a way to get some pennies...but from the pirate's perspective, this does not address the underlying behavioural issue...."⁸⁷

Another point of view was expressed by Mr. Geist from the University of Ottawa, who said "... my view is that someone who has gone out and purchased that CD ought to have the right to transfer that song onto his or her iPod without compensation."⁸⁸

3.5.5 Internet Service Provider Liability

Another copyright issue raised by witnesses involved the liability of Internet Service Providers (ISPs) when there is copyright infringement. Mr. Geist explained the current

83 *Evidence*, Committee, Meeting No. 10, 40th Parliament, 3rd Session, April 27, 2010, 1150.

84 *Ibid.*, 1215.

85 *Evidence*, Committee, Meeting No. 9, 40th Parliament, 3rd Session, April 22, 2010, 1230.

86 *Ibid.*, 1235.

87 *Ibid.*, 1240.

88 *Evidence*, Committee, Meeting No. 3, 40th Parliament, 3rd Session, March 25, 2010, 1155.

“notice and notice” approach, which is used when someone infringes copyright. “This involves a copyright holder sending a notification to an ISP, which is then obligated to send on that notification to a subscriber. These notifications work.”⁸⁹ He went on to comment on other approaches to dealing with copyright infringement:

If think the “notice and takedown” approaches that we’ve seen in some other countries have proven highly problematic. And, even worse, the approaches that a couple of countries have begun to experiment with, where they would literally kick people off the Internet, the three strikes approach, I find to be completely disproportionate.⁹⁰

Kenneth Engelhart, Senior Vice-President, Regulatory, Rogers Communications Inc., also agreed with the “notice and notice” approach, saying that when his company sends out a notice,

That does stop a lot of people from infringing. They’ve been told. Maybe the teenage son was doing it, and mom and dad got the message and told him to cut it out.

So those types of things we think are very useful. We’re doing it today at considerable cost. It’s not perfect, obviously not, but we think some of those types of mechanisms should be exhausted before any kind of more draconian measures are imposed.⁹¹

Mr. Engelhart also commented on the Anti-Counterfeiting Trade Agreement (ACTA), which the Government of Canada was in the process of negotiating with international partners, including Australia, members of the European Union, Japan, New Zealand, and the United States. According to the Government of Canada, ACTA “would be to put in place international standards for enforcing intellectual property rights in order to fight more efficiently the growing problems of counterfeiting and piracy.”⁹² In response to questions, Mr. Engelhart said,

We are concerned, as many ISPs are, about the ACTA negotiations. It’s supposed to be about counterfeiting, but it seems to have gone way past counterfeiting to being about ISPs and the downloading activities of our customers.

We don’t think ISPs should be put in the position of being traffic cops that decide what is legal and what is not. We really hate any idea that we would have to terminate a customer’s service based on a three-strikes policy. We do not want to do that at all. I have a great deal of sympathy for the copyright holders who feel that their content is being stolen. It’s a big problem. But I don’t want to see this done by putting ISPs in the position of having to disconnect their customers or aiding in the conviction of their customers.⁹³

89 Ibid., 1115.

90 Ibid., 1130.

91 *Evidence*, Committee, Meeting No. 14, 40th Parliament, 3rd Session, May 11, 2010, 1140.

92 Department of Foreign Affairs and International Trade, “Anti-Counterfeiting Trade Agreement,” http://www.international.gc.ca/trade-agreements-accords-commerciaux/fo/intellect_property.aspx, (accessed June 8, 2010).

93 *Evidence*, Committee, Meeting No. 14, 40th Parliament, 3rd Session, May 11, 2010, 1135.

On the other hand, Mr. Henderson of the Canadian Recording Industry Association said he would prefer using a the “three strikes” approach—which he called a pejorative term for “graduated response”⁹⁴—and expressed doubts about the effectiveness of the “notice and notice” approach.

Notice and notice is where it's determined that somebody has downloaded something that they shouldn't have. ...We send a notice to the ISP, the ISP sends a notice to the consumer, and that's the end of it. There are no consequences.

There are countries, such as France, that are examining whether or not consequences should be attached to a failure to accept or to modify one's behaviour based on the notice.

Do I like notice and notice regimes? I think they could be a fantastic educational tool. Are they the solution? Do they work? Practice has shown that they simply don't work.⁹⁵

ISP liability is one of the matters addressed in two treaties that were concluded in 1996 at the World Intellectual Property Organization (WIPO)—also known as “the WIPO Treaties”—which Canada had yet to ratify. A number of witnesses said that Canada should implement these treaties. These witnesses included Mr. Geist of the University of Ottawa, Google Inc., the Writers Guild of Canada, the Entertainment Software Association of Canada, and Rogers Communications Inc.

3.6 Compensation for creators

As can be seen from the testimony on copyright, the compensation of creators was a significant issue for many witnesses. Much of the concern stemmed from the unauthorized copying and distribution of copyright material, otherwise known as piracy.

Mr. Geist argued that creators can be compensated within the market, sometimes being paid in the conventional ways, while at other times giving away intellectual property and being paid in different ways. He also said that where there is market failure, collective licensing can come in.⁹⁶

Mr. McGarry of Jumpwire Media argued that one way musicians can be paid for their online content is through their data. He said that the data associated with online content—such as the geographic location of those downloading the content—can be monetized. Indeed, he said many artists are already doing so: “I meet all these bands who create their own content. They place it on YouTube. They monetize it themselves. They don't need record labels. They don't need the government. They don't need anybody.”⁹⁷

94 *Evidence*, Committee, Meeting No. 9, 40th Parliament, 3rd Session, April 22, 2010, 1250.

95 *Ibid.*, 1230.

96 *Evidence*, Committee, Meeting No. 3, 40th Parliament, 3rd Session, March 25, 2010, 1140.

97 *Evidence*, Committee, Meeting No. 26, 40th Parliament, 3rd Session, October 28, 2010, 1645-1650.

For Mr. Rollans of Lone Pine Publishing, however, publishers will be more inclined to participate in emerging and digital media if their intellectual property is protected and they can expect some compensation. He said:

[M]y sense is that publishers are going to participate more confidently in digital business if they're adequately protected. That means having some expectation of reasonable compensation and also some expectation that, when they let the cow out of the barn in digital form, it is going to both improve access and improve, in a sense, their business possibilities. The business that a publisher does flows through to its writers, designers, editors, salespeople, and retailers. It has huge spinoffs and it's important to protect those, in my mind.⁹⁸

Several witnesses raised the issue of terms of trade—the agreements between independent producers and broadcasters. Ms. Parker of the Writers Guild of Canada said that a national digital strategy must “support terms of trade to ensure that fair revenue streams flow back to content creators.”⁹⁹ She went on to explain:

Broadcasters are demanding more rights from producers for the same licence fee. For example, if a broadcaster exploits a TV show through iTunes downloads, in most cases the broadcaster keeps that revenue, and it is not shared with the production community. We support a terms of trade agreement between the broadcasters and the producers, because without it no one but the broadcaster earns revenue from these new uses. We will be working with independent producers to ensure that compensation flows equitably to the creative community.¹⁰⁰

This issue was also raised by Mr. Bishop of marblemedia Inc.¹⁰¹ and Mr. Barrack of the Canadian Film and Television Production Association, who said:

I think it's important for companies and broadcasters to be able to acquire rights because I think it's important to work with those broadcasters in partnership to best exploit that Canadian content across a multiplicity of platforms. That's what we want. We want to do those deals, but they have to be balanced and fair, and they must lead to the maintenance of what is a truly independent production sector.¹⁰²

A related issue concerned unused rights—rights that are acquired by a broadcaster, who does not make use of them. In such situations, according to Trevor Doerksen, Chief Executive Officer, MoboVivo Inc.,

The rights to content are not being exploited fully to monetize them fully. This of course affects our company. It affects Canadian consumers, but what it really does is it drives illegal consumption. If you can't get it from a legal source and you want to consume it on

98 *Evidence, Committee, Meeting No. 8, 40th Parliament, 3rd Session, April 20, 2010, 1130.*

99 *Evidence, Committee, Meeting No. 12, 40th Parliament, 3rd Session, May 4, 2010, 1120.*

100 *Ibid.*, 1125.

101 *Evidence, Committee, Meeting No. 14, 40th Parliament, 3rd Session, May 11, 2010, 1115.*

102 *Evidence, Committee, Meeting No. 13, 40th Parliament, 3rd Session, May 6, 2010, 1200.*

your phone or your computer, there's a ready-made illegal source of that content, and it's pretty easy to use and it leaves money on the table.¹⁰³

3.7 Business models

The challenge of developing successful business models for emerging and digital media was raised by a number of witnesses. Mr. Pineau of the CCA expressed the views of many witnesses when he said: "The advent of digital technologies has changed the way in which artists produce and the relationship that institutions have with their public. Interactivity is overturning business models and changing the ways in which cultural products are consumed."¹⁰⁴

Mr. Jenkins of Open Text Corporation also commented on the changes affecting business models:

[T]here are new and old business models that are completely in conflict with each other, the so-called long tail of how to recoup any kind of endeavour, whether it's cultural or any other. These business models are different and there is a transition, and it's a pretty brutal transition.¹⁰⁵

Sylvie Courtemanche, Vice-President, Government Relations, Corus Entertainment Inc., recognized the difficulty in developing a new business model when she said: "As things stand, we have no idea of what our business model will be; no one does, but we do know that we have to take risks and give it our best shot."¹⁰⁶ Her colleague, Mr. Maavara, elaborated by saying: "We need to be able to experiment, to innovate, and to react quickly to new opportunities. That is the only way we will find out what works and what doesn't work with consumers."¹⁰⁷ They also said that Corus Entertainment has to compete globally and that foreign markets are crucial.¹⁰⁸ To increase the probability of success in these markets, however, Ms. Courtemanche said the government should encourage "the creation of larger and stronger enterprises."¹⁰⁹

The Committee also heard that emerging and digital media make it possible for small companies to succeed globally. Mr. Levy of Score Media Inc., pointed out: "In the new media world, the organic and explosive growth of the Internet has created an environment where small companies like Score Media can, with a little creativity, create a global business."¹¹⁰

103 *Evidence*, Committee, Meeting No. 11, 40th Parliament, 3rd Session, April 29, 2010, 1220.

104 *Evidence*, Committee, Meeting No. 15, 40th Parliament, 3rd Session, May 13, 2010, 1202.

105 *Ibid.*, 1105.

106 *Evidence*, Committee, Meeting No. 16, 40th Parliament, 3rd Session, May 25, 2010, 1240.

107 *Ibid.*, 1225.

108 *Ibid.*, 1215.

109 *Ibid.*, 1220.

110 *Evidence*, Committee, Meeting No. 15, 40th Parliament, 3rd Session, May 13, 2010, 1125.

In his appearance before the Committee, Jeff Anders, Chief Executive Officer and Co-Founder, The Mark News, explained how he is experimenting with new business models in order to create an innovative kind of news service. He described some of the difficulties he had faced:

Speaking as one member of a vibrant community of start-up companies across the country, the message from the ground is that it's tough out there. Funding for early-stage companies, especially for media and information companies, is scarce. Venture capital investment is at its lowest point in Canada in more than a decade.

Government funding, while abundant, seems frustratingly out of reach. The Mark, for example, has reviewed at least 70 different grant programs and qualifies for surprisingly few.¹¹¹

Mr. Anders went on to say that companies such as his need support while they figure out their business models:

We need operating support, funds to keep us going while we experiment and fail on the way to finding sustainable models. We need support making digital work, not encouragement to look backwards toward paper. We need a shift from protection to encouragement, to propulsion.¹¹²

Mr. O'Hearn of the Association of Canadian Publishers also stressed the need to be able to experiment.¹¹³

The challenge of obtain financing was raised by a number of witnesses, including the Entertainment Software Association of Canada¹¹⁴ and the Alliance numérique—Réseau de l'industrie numérique du Québec.¹¹⁵

In addition, concerns were expressed about the speed with which funding is approved. To quote Mr. Coates of the University of Waterloo:

...at all levels of governments—municipal, federal, and provincial—our granting system does not move at the speed of the Internet. If you compare what we do in Canada to what they do in Singapore or Taiwan, where a handful of people can make decisions in a couple of days, our processes take as much as two years. Two years is a lifetime in the digital media space.¹¹⁶

As noted earlier, many witnesses said that part of the challenge in creating successful business models is ensuring that creators are compensated for their work. Some witnesses held out hope in this regard. Mr. Doerksen of MoboVivo Inc. said:

111 *Evidence*, Committee, Meeting No. 7, 40th Parliament, 3rd Session, April 15, 2010, 1130.

112 *Ibid.*

113 *Evidence*, Committee, Meeting No. 28, 40th Parliament, 3rd Session, November 4, 2010, 1530.

114 *Evidence*, Committee, Meeting No. 12, 40th Parliament, 3rd Session, May 4, 2010, 1235.

115 *Evidence*, Committee, Meeting No. 14, 40th Parliament, 3rd Session, May 11, 2010, 1210.

116 *Evidence*, Committee, Meeting No. 25, 40th Parliament, 3rd Session, October 26, 2010, 1540.

“Consumers are changing, they’re showing a willingness to pay for content.”¹¹⁷ Mr. Engelhart of Rogers Communication Inc. concurred, saying, “We believe that even though a lot of the viewing is going on demand and on the Internet, the business model will still be the monthly subscription model. That’s the model that makes sense.”¹¹⁸

Other witness described the steps they are taking to develop new business models. For example, Ms. Gilliland of Universal Music Canada talked about her company’s licensing deals, its use of social media as part its marketing and promotion efforts, and its diversification in the areas of artists’ websites and fan clubs, value-added music products, and concert tickets.¹¹⁹ Mr. McKie of the Canadian Independent Music Association referred to this approach as the 360 business model or the holistic model. In addition to generating revenue from the sale of recordings, it includes revenue from publishing rights, TV and film licensing, live performances, and merchandise sales. However, he said, “at best, this is a promising transitional strategy, one that puts recorded music at risk and puts an enormous burden on the artist to tour.”¹²⁰

An example of the kind of quick response that is sometimes needed in developing a new business model was given by Ms. Côté of the Association nationale des éditeurs de livres. Faced with the development of electronic book readers by foreign companies and the low prices being charged by some of them, French-language publishers developed their own system:

Let me tell you about one of the major successes we have had in French-speaking Canada. Three years ago, the publishers reacted to this situation by developing very quickly their own digital platform. We agreed on the principle of a common platform and tried very quickly to set up a French-language digital collection for all of Canada through an aggregator. We decided that this aggregator would be based in Quebec, would come under Canadian law and would have a business model. Everyone talks about new business models and that is exactly what we established. It is an agency system that allows publishers to keep control of the quality of their works and to ensure that the contracts they have signed with their authors are respected and that selling prices are related to the value of the works.¹²¹

Mr. O’Hearn of the Association of Canadian Publishers said its aims are to maximize revenue from e-books, to use technology to raise awareness of Canadian books in all formats, to develop new business models, and to increase the presence of Canadian books in Canadian schools.¹²²

117 *Evidence*, Committee, Meeting No. 11, 40th Parliament, 3rd Session, April 29, 2010, 1220.

118 *Evidence*, Committee, Meeting No. 14, 40th Parliament, 3rd Session, May 11, 2010, 1125.

119 *Evidence*, Committee, Meeting No. 9, 40th Parliament, 3rd Session, April 22, 2010, 1155.

120 *Evidence*, Committee, Meeting No. 26, 40th Parliament, 3rd Session, October 28, 2010, 1530.

121 *Evidence*, Committee, Meeting No. 7, 40th Parliament, 3rd Session, April 15, 2010, 1125.

122 *Evidence*, Committee, Meeting No. 28, 40th Parliament, 3rd Session, November 4, 2010, 1530.

3.8 Canadian content

Given the lack of regulation regarding broadcasting in emerging and digital media, some witnesses wondered about the future of Canadian content. As we have seen, a number of witness, including those from the NFB, Corus Entertainment Inc., and Score Media Inc., described their successes in making Canadian content accessible to the world. To quote Mr. Geist of the University of Ottawa: "In terms of promoting Canadian content, let's recognize the fact that there is an unprecedented amount of Canadian content online."¹²³ Mr. Glick of Google Inc. also talked about the large amount of Canadian content on sites such as the video-sharing site YouTube.¹²⁴

However, Kelly Lynne Ashton, Director, Industrial and Policy Research, Writers Guild of Canada, took issue with Google's interpretation of Canadian content:

YouTube can be an inexpensive way to distribute content directly to consumers without the broadcaster as a gatekeeper, and our members are increasingly interested in this opportunity. But amateur content is not a substitute for professionally produced Canadian content. Canadians deserve better. Without government support, Canadians will have no choice but to enjoy the vast amount of U.S. professionally produced content that is online.¹²⁵

To respond to this flood of online content from around the world, some witnesses called on the Canadian government to ensure that there is sufficient shelf space for Canadian content online. They included Tyrone Benskin, National Vice-President, ACTRA¹²⁶ and Richard Paradis, President, Groupe CIC (Communication, Information, Culture).¹²⁷ In addition, Marc Séguin, Senior Vice-President, Policy, Canadian Film and Television Production Association, said that a national digital media strategy should ensure, "that professional content created by Canadians has priority on our broadband networks."¹²⁸

Several witnesses expressed concern about Canadian content being digitized by non-Canadian companies. A case in point was Google Inc.'s initiative to digitize books. As Mr. Geist of the University of Ottawa pointed out: "The Google initiative is a great initiative, but if we live in a world where the only major digitizer is Google, that's a problem."¹²⁹ Ernie Ingles, President, Canadian Association of Research Libraries, said that when it comes to the digitization of Canadiana, "[w]e don't want a Google, particularly, where we

123 *Evidence*, Committee, Meeting No. 3, 40th Parliament, 3rd Session, March 25, 2010, 1215.

124 *Evidence*, Committee, Meeting No. 4, 40th Parliament, 3rd Session, March 30, 2010, 1115.

125 *Evidence*, Committee, Meeting No. 12, 40th Parliament, 3rd Session, May 4, 2010, 1130.

126 *Evidence*, Committee, Meeting No. 10, 40th Parliament, 3rd Session, April 27, 2010, 1145.

127 *Evidence*, Committee, Meeting No. 11, 40th Parliament, 3rd Session, April 29, 2010, 1225.

128 *Evidence*, Committee, Meeting No. 13, 40th Parliament, 3rd Session, May 6, 2010, 1115.

129 *Evidence*, Committee, Meeting No. 3, 40th Parliament, 3rd Session, March 25, 2010, 1210.

have to digitize our heritage and then buy it back. That's something we are trying to avoid if we can do so."¹³⁰

3.9 Open Internet

The Committee heard from a number of witnesses that an open Internet in which all content is treated equally—so-called net neutrality—is essential to the development of emerging and digital media.

These included Mr. Geist of the University of Ottawa,¹³¹ Google Inc.,¹³² OpenMedia.ca,¹³³ and Mr. Levy of Score Media Inc. To quote the latter:

We are very concerned about the ability of Internet and wireless service providers to act as gatekeepers, either because they are vertically integrated and have an incentive to prioritize their own content, or because they are partnering with major media players and providing preferred access. If we seek diversity of Canadian voices in new media, the Internet cannot become a pay-to-play zone.¹³⁴

130 *Evidence, Committee, Meeting No. 16, 40th Parliament, 3rd Session, May 25, 2010, 1120.*

131 *Evidence, Committee, Meeting No. 3, 40th Parliament, 3rd Session, March 25, 2010, 1110.*

132 *Evidence, Committee, Meeting No. 4, 40th Parliament, 3rd Session, March 30, 2010, 1150.*

133 *Evidence, Committee, Meeting No. 10, 40th Parliament, 3rd Session, April 27, 2010, 1250.*

134 *Evidence, Committee, Meeting No. 15, 40th Parliament, 3rd Session, May 13, 2010, 1125.*

CHAPTER 4: EMERGING AND DIGITAL MEDIA: THE ROLE OF THE FEDERAL GOVERNMENT

4.1 Introduction

The expansion of digital media has transformed various sectors of Canadian society. A number of federal institutions in charge of broadcasting Canadian content and preserving Canadian memory must change the way they work. Many witnesses called for a national digital strategy to coordinate activities in this area. Other witnesses called for a review of the existing legislative framework, which no longer reflects today's technological world.

4.2 The digitization of government data and documentary heritage

The activities of federal departments and agencies have been transformed by the expansion of information and communication technologies (ICT). ICT has revolutionized the way the federal government communicates with Canadians.

Mr. Geist of the University of Ottawa pointed out that countries such as the United States and Great Britain have embraced initiatives to increase access to government content through new media. He asserts that opening federal government data will have a domino effect “by inviting Canadian businesses to add value to public data.”¹³⁵ With a view to increased transparency, he also recommended the removal of Crown copyright and more open licences for government data, including government video.¹³⁶

Mr. Wilson from the University of Waterloo was another witness who called for the removal of Crown copyright and he said that everything that governments have published should be put online.¹³⁷ He also called for the establishment of a preservation policy.¹³⁸ Regarding the latter point, Ms. Moore of the Canadian Library Association said that “without strong digital and information policies, we risk losing material simply because we can no longer access it in the format in which it was produced.”¹³⁹

As stated in section 2.2, the NFB has broken new ground in opening content. In January 2009, the NFB launched an online screening room, giving Canadians direct access to over 1,000 titles in its audiovisual collection.

135 *Evidence, Committee, Meeting No. 3, 40th Parliament, 3rd Session, March 25, 2010, 1110.*

136 *Ibid.*

137 *Evidence, Committee, Meeting No. 25, 40th Parliament, 3rd Session, October 26, 2010, 1635.*

138 *Ibid.*, 1545

139 *Ibid.* 1550.

Mr. Caron of Library and Archives Canada pointed out that there is an overabundance of information to be safeguarded. The traditional archival materials that once came to them in a box filled with books, pictures and papers, now come to them on a memory stick.¹⁴⁰ In other respects, it is also an opportunity to better connect Canadians across the country with their documentary heritage. To meet these challenges, Mr. Caron recommends developing a pan-Canadian network of trusted digital repositories—electronic vaults where digital content can be hosted and distributed in both the short and medium term.¹⁴¹

The Canadian Association of Research Libraries (CARL) made essentially the same argument as Library and Archives Canada. The digitization of Canada's documentary heritage is a strong interest for CARL, as it will give Canadians greater access to their heritage. However, CARL stressed that the government needs to take a leadership role and invest in the digitization of our documentary heritage.¹⁴²

4.3 The National Digital Strategy

The Committee noted that the vast majority of witnesses agreed that Canada needs a national digital strategy.

The Chair of the NFB, Mr. Perlmutter, has promoted this idea for over a year. He raised this idea last year when he appeared before the Committee for its study on the future of local television in Canada. He again made it the focal point of his presentation to the Committee on April 29, 2010.¹⁴³ He pointed out that Britain, France and Australia had already devised such strategies.

Mr. Geist of the University of Ottawa also asserted that Canada lags behind other countries in this area. Such a strategy hinges on skills development and digital copyright issues. Mr. Geist recommends financing this strategy through revenue from the auction of broadcasting spectrum opened up by the transition to digitization.¹⁴⁴

Nordicity Group has expressed a keen interest in the content of a national digital strategy. In September 2009 it released a discussion paper entitled *Towards a National Digital Strategy* in a bid to stimulate debate on the issue. Peter Lyman, a partner with Nordicity Group, said that such a strategy had to be relevant to Canada, and must address three categories of concern: information and communication technologies, the cultural domain, and human resources and training.

ACTRA believes that this strategy must contain the following elements:

140 Evidence, Committee, Meeting No. 12, 40th Parliament, 3rd Session, May 4, 2010, 1110.

141 *Ibid.*, 1120.

142 Evidence, Committee, Meeting No. 16, 40th Parliament, 3rd Session, May 25, 2010, 1120.

143 Evidence, Committee, Meeting No. 11, 40th Parliament, 3rd Session, April 29, 2010, 1135.

144 Evidence, Committee, Meeting No. 3, 40th Parliament, 3rd Session, March 25, 2010, 1115.

- limits on foreign ownership;
- increased investment in content creation;
- a modern regulatory framework that ensures there is shelf space for Canadian content; and
- new copyright laws that give audiences access to the content while ensuring creators are justly compensated.¹⁴⁵

The Canadian Film and Television Production Association¹⁴⁶ and the Writers Guild of Canada support a national digital strategy on behalf of Canadian screenwriters. Incentives to support the creation of digital works and an updated *Copyright Act* would be chief elements of such a strategy:

A national digital strategy must first ensure that there is sufficient funding to create professionally produced digital entertainment; second, it must ensure that Canadian-owned and Canadian-controlled enterprises exist to support Canadian content, and that they have appropriate incentives or requirements to do so; and third, it must amend the *Copyright Act* and support terms of trade to ensure that fair revenue streams flow back to content creators.¹⁴⁷

The Canadian Conference of the Arts states that the development of a Canadian digital strategy must be based on a new *Copyright Act*.¹⁴⁸ Expanding digital literacy must also be part of this strategy.

Mr. Paradis of Groupe CIC and Mr. Anderson of OpenMedia.ca stress that high-speed Internet must be a key component of such a strategy.¹⁴⁹

Mr. Bishop of marbledmedia Inc. said that the strategy must support access to digital professional Canadian content distributed by “Canadian-owned services.”¹⁵⁰

For Mr. Coates of the University of Waterloo, digital content needs to be integrated into a national innovation strategy. In addition, he said Canada needs to issue a loyalty challenge to ask skilled Canadians to stay here or to come back home. Finally, he said Canada needs a digital brand to establish itself as a major digital nation.¹⁵¹ His colleague Mr. Wilson recommended “a major study of Canada’s cultural policy, including information,

145 Evidence, Committee, Meeting No. 10, 40th Parliament, 3rd Session, April 27, 2010, 1145.

146 Evidence, Committee, Meeting No. 13, 40th Parliament, 3rd Session, May 6, 2010, 1115.

147 Evidence, Committee, Meeting No. 12, 40th Parliament, 3rd Session, May 4, 2010, 1120.

148 Evidence, Committee, Meeting No. 15, 40th Parliament, 3rd Session, May 13, 2010, 1120.

149 Evidence, Committee, Meeting No. 11, 40th Parliament, 3rd Session, April 29, 2010, 1230.

150 Evidence, Committee, Meeting No. 14, 40th Parliament, 3rd Session, May 11, 2010, 1115.

151 Evidence, Committee, Meeting No. 25, 40th Parliament, 3rd Session, October 26, 2010, 1540.

humanities, social science, and knowledge policies, to inspire and guide Canada's governments and institutions in the 21st century.”¹⁵²

Only Mr. Glick of Google Inc. expressed some scepticism about a national digital strategy. He strongly believes that a digital strategy needs to be nimble enough to adapt to the rapidly changing digital sector.¹⁵³

4.4 Statutes and regulations

Witnesses proposed legislative changes to some statutes and regulations relating to broadcasting and the production of cultural content.

Some witnesses felt that the temptation to regulate the Internet should be avoided. Instead, incentives should be created to encourage the production of original content on the web, including Canadian content. This position was vigorously defended by Mr. Glick of Google Inc.¹⁵⁴

The argument most often advanced is that the broadcasting and telecommunications sectors are increasingly linked and that it is increasingly difficult to separate the two. Mr. Geist of the University of Ottawa recommends overhauling the *Broadcasting Act* and the *Telecommunications Act* to make a single, broader communications act.¹⁵⁵ It is also clear to the Canadian Interactive Alliance,¹⁵⁶ the Groupe CIC¹⁵⁷ and the Association des producteurs de films et de télévision du Québec¹⁵⁸ that the current legislative framework does not reflect the convergence in the broadcasting and telecommunications sectors. However, some reservations were expressed. Mr. Lyman of Nordicity Group doubts that a timely legislative amendment is possible, stating:

When people talk about a fusing of telecommunications and broadcasting, what they really mean is ripping out the broadcasting provisions so that we don't have to mess around when we're getting into these difficult areas of what constitutes broadcasting and what does not constitute broadcasting. That's a very messy area. An easy way to do it is to fuse the two—just have a telecommunications act and dispense with the *Broadcasting Act*—but I don't think this country is going in that direction.¹⁵⁹

152 Ibid., 1545.

153 Evidence, Committee, Meeting No. 4, 40th Parliament, 3rd Session, March 30, 2010, 1135.

154 Evidence, Committee, Meeting No. 4, 40th Parliament, 3rd Session, March 30, 2010, 1115.

155 Evidence, Committee, Meeting No. 3, 40th Parliament, 3rd Session, March 25, 2010, 1110.

156 Evidence, Committee, Meeting No. 11, 40th Parliament, 3rd Session, April 29, 2010, 1150.

157 Evidence, Committee, Meeting No. 11, 40th Parliament, 3rd Session, April 29, 2010, 1230.

158 Evidence, Committee, Meeting No. 12, 40th Parliament, 3rd Session, May 4, 2010, 1215.

159 Evidence, Committee, Meeting No. 13, 40th Parliament, 3rd Session, May 6, 2010, 1145.

Companies working in the publishing and visual arts sectors want better copyright protection for their authors, publishers and photography industry workers. Publishers such as Lone Pine Publishing expect reasonable compensation for their work.¹⁶⁰

Don Quarles of the Songwriters Association of Canada said that one way this could be done is by the licensing of file sharing. Under this proposal: "The end user would be licensed; revenues would be pooled; and pro rata distribution, based on non-intrusive data collection, would be made to songwriters, performers, labels, and publishers."¹⁶¹ He said that a \$3 a month per household licensing fee would generate some \$360 million annually.¹⁶² However, Mr. McKie of the Canadian Independent Music Association said that this would not be enough to compensate for the \$600 million loss in sales since 2000. He also pointed out that half the population never buys music and that if there were an opt-out provision for the licensing fee, this would mean that revenue from the fee would be cut in half.¹⁶³

As mentioned in section 3.9, the issue of net neutrality was raised. Mr. Geist¹⁶⁴ and Mr. Levy of Score Media Inc.¹⁶⁵ argued that rules must be created so that all Internet content is afforded an equal opportunity and does not fall victim to limited access based on the kind of content or the program used to distribute it. The Coordinator of OpenMedia.ca, Mr. Anderson, reproached the Canadian Radio-television and Telecommunications Commission (CRTC) for not adequately monitoring Internet service providers that "manage" traffic. He called for a net neutrality law.¹⁶⁶

In his testimony, Namir Anani, Executive Director of the Policy Development and Research Sector at the CRTC discussed the CRTC's actions in the area of net neutrality:

We now require ISPs to inform their customers in advance if they intend to use an Internet traffic management practice. Customers must be told how the practice will affect their service, including the specific impact on speeds.

We developed a framework to review Internet traffic management practices that raise concerns or generate complaints. The framework spells out how we will judge complaints. The Commission has received only a small number of complaints over the course of implementing the framework this past year. They have been resolved with minimal regulatory intervention.¹⁶⁷

160 *Evidence*, Committee, Meeting No. 8, 40th Parliament, 3rd Session, April 20, 2010, 1130.

161 *Evidence*, Committee, Meeting No. 26, 40th Parliament, 3rd Session, October 28, 2010, 1540.

162 *Ibid.* 1545.

163 *Ibid.* 1620.

164 *Evidence*, Committee, Meeting No. 3, 40th Parliament, 3rd Session, March 25, 2010, 1120.

165 *Evidence*, Committee, Meeting No. 15, 40th Parliament, 3rd Session, May 13, 2010, 1120.

166 *Evidence*, Committee, Meeting No. 10, 40th Parliament, 3rd Session, April 27, 2010, 1250.

167 *Evidence*, Committee, Meeting No. 27, 40th Parliament, 3rd Session, November 2, 2010, 1535.

Mr. Anani added that the CRTC would like the ability to impose administrative monetary penalties, which he said would allow it to adopt a less restrictive approach to regulation.¹⁶⁸

Companies such as Universal Music and Warner Music Canada expect the federal government to put mechanisms in place to “foster innovation, encourage investment and protect creators.”¹⁶⁹

As to human resources, the Entertainment Software Association of Canada argues that barriers be removed to bring in foreign workers with the right skills and experience in the digital sectors. Existing work permit and visa processes are overly cumbersome.¹⁷⁰

In a similar vein, Mr. Coates of the University of Waterloo said that regulatory procedures are too slow. He elaborated by saying: “Fast enough is a very good idea coming from a corporation getting funded within a month. Not fast enough is that same idea taking 18 months to go through regulatory procedures....”¹⁷¹

Rogers Communications believes that the existing regulations have served Canadian cultural industries well. However, it raised concerns about the CRTC’s decision of March 23, 2010, regarding compensation for the value of local conventional television signals. The company also made the following recommendation:

There are also policies the federal government could adopt. For example, pursuant to section 19 of the *Income Tax Act*, Canadian firms cannot claim advertising expenses as an income tax deduction when they advertise in U.S. magazines or border TV stations.

The same rule should apply to U.S. websites. This will make it more expensive to place ads, for example, on Hulu, if it comes to Canada. The aim should be to make sure that Canadian advertisers prefer Canadian-owned and -operated services.¹⁷²

We wish to cap this section with a recommendation made by Astral Media: an independent expert panel should be mandated with reviewing broadcasting policies in order to propose a “new national policy that is adapted to the reality of our global and multi-platform environment.”¹⁷³

4.5 The Canada Media Fund

The Canada Media Fund (CMF) was launched in March 2010 to support the production of Canadian programming in English, French and Aboriginal languages on multiple platforms. It supports the work of Canadian creative talent, including writers,

168 Ibid., 1540.

169 Evidence, Committee, Meeting No. 9, 40th Parliament, 3rd Session, April 22, 2010, 1200.

170 Evidence, Committee, Meeting No. 12, 40th Parliament, 3rd Session, May 4, 2010, 1230.

171 Evidence, Committee, Meeting No. 25, 40th Parliament, 3rd Session, October 26, 2010, 1630.

172 Evidence, Committee, Meeting No. 14, 40th Parliament, 3rd Session, May 11, 2010, 1105.

173 Evidence, Committee, Meeting No. 16, 40th Parliament, 3rd Session, May 25, 2010, 1215.

directors and performers. Telefilm Canada administers the CMF. In 2010-2011, the contribution to the Canada Media Fund will total more than \$360 million, according to a news release from the Department of Canadian Heritage.¹⁷⁴

Most witnesses supported the new CMF. The NFB,¹⁷⁵ the Canadian Interactive Alliance,¹⁷⁶ The Mark News,¹⁷⁷ marbledmedia,¹⁷⁸ and Jumpwire¹⁷⁹ all applauded this government initiative.

Mr. Gaylor, a documentary filmmaker with EyeSteelFilm and Mr. Anderson of OpenMedia.ca¹⁸⁰ also felt it is a step in the right direction, even though they said the CMF gives greater support to traditional broadcasters. The Entertainment Software Association of Canada made similar comments, recommending that additional funds should be allocated for the experimental stream of the CMF.¹⁸¹

ACTRA¹⁸² and the Writers Guild of Canada would like to see the creation of a specific fund for Canadian online content, financed through contributions from Internet service providers.

4.6 International treaties

The federal government's role in negotiating treaties came up in testimony. As noted in section 3.5.5, a number of witnesses suggested that Canada should implement the WIPO treaties regarding ISP liability.

In addition, a couple of witnesses raised the issue of co-production treaties. Mr. Bishop of marbledmedia said:

On the topic of foreign investment, we see the co-production treaties only reflect film and television. They're dated and they need to be revised. Our co-production treaties need to embrace interactive content and interactive platforms. As Canadian licence fees

174 The Honourable James Moore, News Release, "Government of Canada Celebrates the Launch of the Canada Media Fund," March 26, 2010, <http://www.pch.gc.ca/pcc-ch/minstr/moore/cdm-mc/cd-ns-fra.cfm?action=doc&DocIDCd=CJM093013>, (accessed June 10, 2010).

175 *Evidence*, Committee, Meeting No. 11, 40th Parliament, 3rd Session, April 29, 2010, 1135.

176 *Evidence*, Committee, Meeting No. 11, 40th Parliament, 3rd Session, April 29, 2010, 1140.

177 *Evidence*, Committee, Meeting No. 7, 40th Parliament, 3rd Session, April 15, 2010, 1130.

178 *Evidence*, Committee, Meeting No. 14, 40th Parliament, 3rd Session, May 11, 2010, 1110.

179 *Evidence*, Committee, Meeting No. 26, 40th Parliament, 3rd Session, October 28, 2010, 1635.

180 *Evidence*, Standing Committee on Canadian Heritage, Meeting No. 10, 40th Parliament, 3rd Session, April 27, 2010, 1255.

181 *Evidence*, Standing Committee on Canadian Heritage, Meeting No. 12, 40th Parliament, 3rd Session, May 4, 2010, 1230.

182 *Evidence*, Standing Committee on Canadian Heritage, Meeting No. 10, 40th Parliament, 3rd Session, April 27, 2010, 1145.

decrease from the broadcasters—and we see that more and more—we need partnerships and foreign investment into our content.¹⁸³

On the same topic, Mr. Barrack of the Canadian Film and Television Production Association noted:

[F]oreign financing to Canadian-certified productions has significantly decreased, dropping from \$407 million to \$196 million between 2001 and 2008. Our co-production activity has also experienced incredible declines, dropping by more than half to about \$390 million through the same period.

In our view, these downward trends can be reversed by updating our international policies and programs. Canada's official co-production treaties and new export promotion programs could be invaluable tools in these areas.¹⁸⁴

In addition to these treaties, a few witnesses raised concerns about negotiations toward the ACTA (see section 3.5.5) and about foreign trade agreements. With regard to the latter, Mr. Pineau of the CCA said:

Foreign trade agreements may contribute to restricting Canada's capacity to adopt cultural policies. NAFTA's [North American Free Trade Agreement] chapter 11 provides foreign investors with a right to sue the Canadian government and to seek compensation for foreign actions, including those of regulatory agencies like the CRTC, if they believe the decisions violate their rights under NAFTA. The CCA is very concerned with the fact that the Canadian government has tabled such a dispute resolution mechanism in the current comprehensive negotiations with the European Union.¹⁸⁵

4.7 Foreign ownership

On the issue of foreign ownership, a number of witnesses were opposed to relaxing the restrictions on foreign ownership. To quote Mr. Pineau of the CCA:

There is debate about the wisdom of opening up foreign investment and having eventual foreign control in telecommunications. The justification is that by bringing in more competition, we will achieve lower prices for consumers. It's difficult to be against this objective, but there are serious reasons to fear the consequences of the current backdoor approach to changing long-standing cultural policies.¹⁸⁶

Mr. Pineau went on to spell out one of these reasons:

...if foreign companies are permitted entry, or force entry, into Canada's broadcasting system, existing rules and regulations relating to the production and distribution of Canadian content productions may be sustainable, since the foreign company will be entering a market where those rules exist. However, if the CRTC or the government were

183 *Evidence*, Standing Committee on Canadian Heritage, Meeting No. 14, 40th Parliament, 3rd Session, May 11, 2010, 1115.

184 *Evidence*, Standing Committee on Canadian Heritage, Meeting No. 13, 40th Parliament, 3rd Session, May 6, 2010, 1120.

185 *Evidence*, Committee, Meeting No. 15, 40th Parliament, 3rd Session, May 13, 2010, 1215.

186 *Ibid.*, 1210.

to try to update the rules to reflect a new environment, the foreign company might have a cause for action under chapter 11 [of NAFTA].¹⁸⁷

Support for maintaining current restrictions was also expressed by ACTRA,¹⁸⁸ the Writers Guild of Canada,¹⁸⁹ the Association des producteurs de films et de télévision du Québec,¹⁹⁰ the Association québécoise de l'industrie du disque, du spectacle et de la vidéo (ADISQ),¹⁹¹ and the Canadian Film and Television Production Association.¹⁹²

On the other hand, several witnesses saw potential benefits from increased foreign ownership. Mr. Engelhart of Rogers Communications said:

We do not believe changes to foreign ownership rules will have an impact on Canadian culture and content. Canada's foreign ownership rules can be changed for telecommunications carriers and cable companies. These businesses are primarily pipes that carry content. The foreign ownership rules can be preserved for the content providers. Radio and TV stations and specialty channels can remain in Canadian hands. This would provide the capital-intensive distributors with lower-cost access to foreign capital while ensuring that the vital content producers are Canadian.¹⁹³

Likewise, with respect to foreign ownership in the gaming industry, Ian Kelso, President and Chief Executive Officer, Canadian Interactive Alliance, said that it can have positive benefits:

Our biggest successes are usually right now acquired by foreign companies that have the capital to invest in stealing the product or the service. But those foreign acquisitions are not always necessarily bad things, because the increased capital does give us a lot more footprint in terms of jobs. We tend to retain the jobs here, and we tend to retain the creative talent in this country.¹⁹⁴

Mr. Hennessy of Telus Communications testified that broadcasting objectives can be achieved irrespective of the ownership of the distribution networks, but that the activities of broadcasters are of cultural significance and should be remain protected.¹⁹⁵

187 Ibid., 1215.

188 Evidence, Committee, Meeting No. 10, 40th Parliament, 3rd Session, April 27, 2010, 1145.

189 Evidence, Committee, Meeting No. 12, 40th Parliament, 3rd Session, May 4, 2010, 1120.

190 Ibid., 1220.

191 Association québécoise de l'industrie du disque, du spectacle et de la vidéo, "Résumé—Mémoire de l'Association québécoise de l'industrie du disque, du spectacle et de la vidéo, présenté dans le cadre de la consultation nationale du Gouvernement du Canada pour établir une stratégie sur l'économie numérique, le 9 juillet 2010," submission to the Committee, http://www.adisq.com/pdf/poitique/20100713_VF_Resume_ADISQ.pdf, (accessed November 29, 2010).

192 Evidence, Committee, Meeting No. 13, 40th Parliament, 3rd Session, May 6, 2010, 1115.

193 Evidence, Committee, Meeting No. 14, 40th Parliament, 3rd Session, May 11, 2010, 1105.

194 Evidence, Committee, Meeting No. 11, 40th Parliament, 3rd Session, April 29, 1145.

195 Evidence, Committee, Meeting No. 25, 40th Parliament, 3rd Session, October 26, 1530.

4.8 Canadian content

In section 3.8, we looked at some of the issues witnesses raised about Canadian content. In this section, we look at suggestions for federal government action. Mr. Glick of Google Inc. drew a distinction between the regulation of Canadian content on the supply side and on the demand side:

On the supply side, we've had a system of government subsidies, tax incentives, and all that stuff for the creation of Canadian content. I'm not saying that any of it needs to fall by the wayside; there's still a case for the subsidization of Canadian content or the continuation of tax incentives for the creation of professional content. I don't see any problem with that. In fact, the more content the better, from the perspective of intermediaries. On the demand side, when we're regulating the demand part—that is, with quotas—I think quotas are going to be increasingly unsustainable, frankly.¹⁹⁶

Mr. Benskin of ACTRA listed a number of ideas for federal government support of Canadian content:

We also need to support Canadians who are creating Canadian content. Government must embrace policies that promote the production of content that reflects Canada to Canadians and the world, regardless of the types of screens we're watching them on.

The Canada Media Fund is a positive step in this direction; however, it isn't new money. For Canada's digital media industry to thrive, it needs enhanced, long-term government investment. CBC, Telefilm, and the NFB also need clear mandates and stable public funding to ensure that they are again leaders in telling Canadian stories in this new digital world.

A federal tax credit for original digital media production, similar to the Canadian film or video production tax credit, would encourage private investment, further developing and, as importantly, retaining Canada's highly skilled digital media workers.

The federal government could also offer incentives to encourage Canadian advertisers to support websites featuring Canadian content. You can expand section 19.1 of the *Income Tax Act* to give Canadian advertisers tax deductions for advertising on Canadian-owned websites that give prominence to Canadian digital media content.¹⁹⁷

His colleague, Mr. Waddell, added that ACTRA would like to see Internet and wireless service providers contribute to a digital Media Fund.¹⁹⁸ The idea of a fund to support Canadian content was also supported by the Writers Guild of Canada,¹⁹⁹ the Association des producteurs de films et de télévision du Québec,²⁰⁰ and CBC/Radio-Canada.²⁰¹

196 *Evidence*, Committee, Meeting No. 4, 40th Parliament, 3rd Session, March 30, 2010, 1150.

197 *Evidence*, Committee, Meeting No. 10, 40th Parliament, 3rd Session, April 27, 2010, 1150.

198 *Ibid.*

199 *Evidence*, Committee, Meeting No. 12, 40th Parliament, 3rd Session, May 4, 2010, 1120.

200 *Ibid.*, 1225.

201 *Evidence*, Committee, Meeting No. 27, 40th Parliament, 3rd Session, November 2, 1635.

Mr. Hennessy of Telus Communications said that money should be invested in the creation of content and its interactive packaging. He suggested that some of the money the federal government gets from the next spectrum auction could be used for content creation.²⁰²

4.9 Access and training

The importance that many witness attach to broadband Internet access has been noted in sections 3.3 and 4.3. Another aspect of access to emerging and digital media was raised by Mrs. Catherine Edwards of the Canadian Association of Community Television Users and Stations (CACTUS). She called for the establishment of community-operated multimedia training centres, which would provide access to all media technologies. These centres would be funded from the existing community television policy.²⁰³ This idea was supported by the CCA.²⁰⁴

With regard to training, Mr. Proulx of the Alliance numérique - Réseau de l'industrie numérique du Québec said that Canada's digital policy should, "support provincial authorities and invest in programs that are already in place. We must above all make sure that training programs match industry needs."²⁰⁵

Alain Beaudoin, Director General of the information and Communications Technologies Branch at the Department of Industry, noted that the Government of Canada supports digital skills through programs such as the Canada Research Chairs, the Canada Graduate Scholarships, the Vanier Scholarships and the Canada Excellence Research Chairs.²⁰⁶

202 *Evidence*, Committee, Meeting No. 25, 40th Parliament, 3rd Session, October 26, 1645.

203 *Evidence*, Committee, Meeting No. 15, 40th Parliament, 3rd Session, May 13, 1225.

204 *Ibid.*, 1220.

205 *Evidence*, Committee, Meeting No. 14, 40th Parliament, 3rd Session, May 11, 2010, 1210.

206 *Evidence*, Committee, Meeting No. 28, 40th Parliament, 3rd Session, November 4, 1640.

CHAPTER 5: RECOMMENDATIONS

The Committee was grateful for the informed testimony it heard and would like to thank the witnesses for all their hard work.

On February 9, 2011, the Committee adopted the following recommendations:

Recommendation 1

The Committee recommends that the Government of Canada support efforts by federal institutions to digitize Canada's documentary heritage and make it available to Canadians.

Recommendation 2

The Committee recommends that the Government of Canada develop a government-wide digital preservation policy.

Recommendation 3

The Committee recommends that the Government of Canada assist in developing a Canadian network of trusted digital repositories.

Recommendation 4

The Committee recommends that the Government of Canada examine ways of supporting libraries in their efforts to digitize everything that is free of copyright.

Recommendation 5

The Committee recommends that the Government of Canada continue to make efforts to ensure that all Canadians have access to high-speed broadband internet.

Recommendation 6

The Committee recommends that the Government of Canada extend the Broadband Canada: Connecting Rural Canadians program of Industry Canada.

Recommendation 7

The Committee recommends that the Government of Canada work with provincial authorities to support programs that encourage the development of a digitally literate population.

Recommendation 8

The Committee recommends that the Government of Canada examine the proposal of the Canadian Association of Community Television Users and Stations (CACTUS) for the establishment of community-operated multimedia centres and access to its material online as a way of encouraging people to develop digital skills.

Recommendation 9

The Committee recommends that the Department of Human Resources and Skills Development review its policies and programs in order to ensure that priority is given to training in digital skills.

Recommendation 10

The Committee recommends that the Government of Canada take measures to protect creative works from copyright piracy.

Recommendation 11

The Committee recommends that the Government of Canada ratify the World Intellectual Property Organization (WIPO) Copyright Treaty and Performances and Phonograms Treaty.

Recommendation 12

The Committee recommends that the Government of Canada examine ways of supporting new digital enterprises (start-ups) as they develop their business models.

Recommendation 13

The Committee recommends that the Government of Canada review the system of grants and contributions for digital media companies in order to identify ways in which the processes could be speeded up.

Recommendation 14

The Committee recommends that the Government of Canada review the system of grants and contributions in order to encourage innovation in the digital media sector.

Recommendation 15

The Committee recommends that the Government of Canada strengthen the digital media components of its programs for arts and culture.

Recommendation 16

The Committee recommends that the Government of Canada create a tax credit for digital media production.

Recommendation 17

The Committee recommends that the Government of Canada reinvest some of the money it receives from the next spectrum auction in a digital strategy.

Recommendation 18

The Committee recommends that the Canadian Radio-television and Telecommunications Commission ensure that net neutrality be respected.

Recommendation 19

The Committee encourages the Government of Canada to proceed as quickly as possible with the development of a national digital economy strategy.

Recommendation 20

The Committee recommends that the national digital economy strategy be reviewed every five years.

Recommendation 21

The Committee recommends that the Government of Canada examine ways to remove barriers, such as those relating to permits and visa processes, to bringing in foreign workers in digital media sectors.

Recommendation 22

The Committee recommends that the Government of Canada increase funding to the Canada Media Fund.

Recommendation 23

The Committee recommends that the Canada Media Fund consider approaches to allow producers to access funding without having a pre-sale from a Canadian broadcaster.

Recommendation 24

The Committee encourages Telefilm Canada to revise its co-production treaties to include interactive content and interactive platforms.

Recommendation 25

The Committee recommends that the Government of Canada ensure that trade agreements do not include the right to sue regulatory agencies.

Recommendation 26

The Committee recommends that the Government of Canada continue to ensure that the Canadian broadcasting sector remains under Canadian ownership.

APPENDIX A LIST OF WITNESSES

Organizations and Individuals	Date	Meeting
Social Sciences and Humanities Research Council of Canada Chad Gaffield, President Murielle Gagnon, Director, Strategic Programs and Joint Initiatives, Partnerships Directorate Gisèle Yasmeen, Vice-President, Partnerships Directorate	2009/10/27	32
University of Ottawa Michael Geist, Chair, Research in Internet and E-Commerce Law	2010/03/25	3
Google Inc. Jacob Glick, Canada Policy Counsel	2010/03/30	4
Association nationale des éditeurs de livres Aline Côté, President of Copyright and Editor	2010/04/15	7
EyeSteelFilm Inc. Brett Gaylor, Documentary Filmmaker		
The Mark News Jeff Anders, Chief Executive Officer and Co-Founder		
Access Copyright Roanie Levy, General Counsel and Director, Policy and External Affairs	2010/04/20	8
Canadian Photographers Coalition André Cornellier, Co-Chair, Chief Executive Officer of La Maison de l'image et de la photographie		
Lone Pine Publishing Glenn Rollans, Partner		
Société québécoise de gestion collective des droits de reproduction Danièle Simpson, President, Vice-President, Union des écrivaines et écrivains Québécois		
Société québécoise des auteurs dramatiques Marie-Louise Nadeau, Director, Playright		
Canadian Recording Industry Association Graham Henderson, President	2010/04/22	9
Quinlan Road Limited Loreena McKennitt, President		

Organizations and Individuals	Date	Meeting
Universal Music Canada Darlene Gilliland, Director, Digital Business Development and Business Affairs	2010/04/22	9
Warner Music Canada Charlie Millar, Director, Digital Business Development		
As individuals John Bonnett, Canada Research Chair in Digital Humanities and Assistant Professor, Department of History, Brock University David Wolfe, Professor of Political Science, Co-Director of the Program on Globalization and Regional Innovation Systems, University of Toronto	2010/04/27	10
Alliance of Canadian Cinema, Television and Radio Artists Tyrone Benskin, National Vice-President Stephen Waddell, National Executive Director		
OpenMedia.ca Steve Anderson, Founder and National Coordinator		
Canadian Interactive Alliance Ian Kelso, President and Chief Executive Officer, Interactive Ontario	2010/04/29	11
Groupe CIC (Communication, Information, Culture) Richard Paradis, President		
MoboVivo Inc. Trevor Doerksen, Chief Executive Officer		
National Film Board Deborah Drisdell, General Director, Accessibility and Digital Enterprises Claude Joli-Coeur, Assistant Commissioner Tom Perlmutter, Government Film Commissioner and Chair		
Association des producteurs de films et de télévision du Québec Brigitte Doucet, Deputy General Director Claire Samson, President and Chief Executive Officer	2010/05/04	12
Entertainment Software Association of Canada Jason Kee, Director of Policy and Legal Affairs		
Library and Archives Canada Daniel J. Caron, Librarian and Archivist Jean-Stéphane Piché, Acting Assistant Deputy Minister, Resource discovery sector		

Organizations and Individuals	Date	Meeting
Writers Guild of Canada Kelly Lynne Ashton, Director, Industrial and Policy Research Maureen Parker, Executive Director	2010/05/04	12
Canadian Film and Television Production Association John Barrack, Chief Operating Officer and Chief Legal Officer Marc Séguin, Senior Vice-President, Policy	2010/05/06	13
National Campus and Community Radio Association Shelley Robinson, Executive Director		
Nordicity Group Ltd. Peter Lyman, Senior Partner		
Telefilm Canada Carolle Brabant, Executive Director Dave Forget, Director, Contracts and Certification		
As an individual Steven High, Canada Research Chair in Public History, Department of History, Concordia University	2010/05/11	14
Alliance numérique - Réseau de l'industrie numérique du Québec Pierre Proulx, Chief Executive officer		
marblemedia Inc. Mark Bishop, Partner/Producer		
Rogers Communications Inc. Jeremy Butteriss, Director, Broadband Entertainment, Rogers Cable Kenneth Engelhart, Senior Vice-President, Regulatory		
Canadian Association of Community Television Users and Stations (CACTUS) Catherine Edwards, Spokesperson	2010/05/13	15
Canadian Conference of the Arts Alain Pineau, National Director		
Open Text Corporation Tom Jenkins, Executive Chairman and Chief Strategy Officer		
Score Media Inc. John Levy, Chairman and Chief Executive Officer		

Organizations and Individuals	Date	Meeting
Astral Media Inc. André Bureau, Chairman of the Board Sophie Émond, Vice-President, Regulatory and Government Affairs	2010/05/25	16
Canadian Association of Research Libraries Ernie Ingles, President, Vice-Provost and Chief Librarian, University of Alberta		
Corus Entertainment Inc. Sylvie Courtemanche, Vice-President, Gouvernement Relations Gary Maavara, Vice-President and General Counsel		
Magazines Canada Jim Everson, Executive Director, Public Affairs Mark Jamison, Chief Executive Officer		
TELUS Communications Michael Hennessy, Senior Vice-President, Regulatory and Government Affairs	2010/10/26	25
University of Waterloo Kenneth Coates, Professor of History and Dean of Arts Ian Wilson, Strategic Advisor		
Canadian Library Association Kelly Moore, Executive Director		
Canadian Independent Music Association Duncan McKie, President and Chief Executive Officer	2010/10/28	26
Songwriters Association of Canada Don Quarles, Executive Director		
Jumpwire Media LLC Gavin McGarry, President		
CBC/Radio-Canada Fred Mattocks, General Manager, Media Operations and Technology Genevieve Rossier, Executive Director, Internet and Digital Services	2010/11/02	27
Canadian Radio-Television and Telecommunications Commission Namir Anani, Executive Director, Policy Development and Research Sector ns John Traversy, Executive Director, Telecommunicatio		

Organizations and Individuals	Date	Meeting
Association of Canadian Publishers Michael O'Hearn, Director, University of Ottawa Press Rebecca Ross, Coordinator, Digital Initiatives	2010/11/4	28
Department of Canadian Heritage Jean-Pierre Blais, Assistant Deputy Minister, Cultural Affairs Helen Kennedy, Deputy Director General, Broadcasting and Digital Communications Branch		
Department of Industry Alain Beaudoin, Director General, Information and Communications Technologies Branch Pamela Miller, Director general, Telecommunications Policy Branch		
Great Northern Way Campus Jeannette Kopak, Director, Business Development and Operations		
Department of Industry Colette Downie, Director General, Marketplace Framework Policy Branch Pamela Miller, Director General Telecommunications Policy Branch	2011/02/02	38
Department of Human Resources and Skills Development Louis Beauséjour, Associate Assistant Deputy Minister Human Resources and Skills Development Branch		
Department of Canadian Heritage Amanda Cliff, Director general Broadcasting and Digital Communications Branch Barbara Motzney, Director general Copyright Policy Branch		

APPENDIX B

LIST OF BRIEFS

Organizations and individuals

Alliance numérique - Réseau de l'industrie numérique du Québec

Alliance of Canadian Cinema, Television and Radio Artists

Association québécoise de l'industrie du disque, du spectacle et de la vidéo

Astral Media Inc.

Bonnett, John

Canadian Interactive Alliance

Entertainment Software Association of Canada

Independent Media Arts Alliance

Library and Archives Canada

Quinlan Road Limited

Social Sciences and Humanities Research Council of Canada

Tomasson-Goodwim, Jill

Wolfe, David

REQUEST FOR GOVERNMENT RESPONSE

Pursuant to Standing Order 109, the Committee requests that the government table a comprehensive response to this Report.

A copy of the relevant Minutes of Proceedings of the 40th Parliament, 2nd Session (Meeting No. 32) is tabled.

A copy of the relevant Minutes of Proceedings of the 40th Parliament 3rd Session (Meeting Nos. 3, 4, 7, 8, 9, 10, 11, 12, 13, 14, 15, 16, 21, 25, 26, 27, 28, 36, 38 and 40) is tabled.

Respectfully submitted,

Honourable Michael Chong, MP

Chair

DEMANDE DE RÉPONSE DU GOUVERNEMENT

Conformément à l'article 109 du Règlement, le Comité demande au gouvernement de déposer une réponse globale au présent rapport.

Un exemplaire des procès-verbaux pertinents du 40^{ième} parlement, 2^{ième} session (séance no 32) est déposé.

Un exemplaire des procès-verbaux pertinents du 40^{ième} parlement, 3^{ième} session (séances nos 3, 4, 7, 8, 9, 10, 11, 12, 13, 14, 15, 16, 21, 25, 26, 27, 28, 36, 38 et 40) est déposé.

Respectueusement soumis,

Le président,

L'honorable Michael Chong, député

PROCÈS-VERBAUX

Un exemplaire des procès-verbaux pertinents (séances nos 3, 4, 7, 8, 9, 10, 11, 12, 13, 14, 15, 16, 21, 25, 26, 27, 28, 36, 38 et 40) est déposé.

Respectueusement soumis,

Le président,

L'honorable Michael Chong, député

ANNEXE B LISTE DES MÉMOIRES

Organisations et individus

Alliance des arts médiatiques indépendants

Alliance numérique - Réseau de l'industrie numérique du Québec

Alliance des artistes canadiens du cinéma

Association québécoise de l'industrie du disque, du spectacle et de la vidéo

Alliance interactive canadienne

Association canadienne du logiciel de divertissement

Astral Media inc.

Bibliothèque et Archives Canada

Bonnett, John

Conseil de recherches en sciences humaines du Canada

Quinlan Road Limited

Tomasson-Goodwin, Jill

Wolfe, David

Réunion	Date	Organisations et individus
38	2011/02/02	<p>Ministère des Ressources humaines et du Développement des compétences</p> <p>Louis Beauséjour, sous-ministre adjoint délégué, Ressources humaines et Développement des compétences Canada</p> <p>Ministère du Patrimoine canadien</p> <p>Armanda Cliff, directrice générale, Direction générale de la radiodiffusion et des communications numériques</p> <p>Barbara Motzney, directrice générale, Politique du droit d'auteur</p>

Organisations et individus			Date	Réunion
Canadian Independent Music Association Duncan McKie, président-directeur général			2010/10/28	26
Jumpwire Media LLC Gavin McGarry, président				
CBC/Radio-Canada Fred Mattocks, directeur général, Exploitation et technologies médias			2010/11/02	27
Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes Nanir Anami, directeur exécutif, Elaboration de politiques et recherche John Traversy, directeur exécutif, Télécommunications				
Association of Canadian Publishers Michael O'Hearn, directeur, Presse de l'Université d'Ottawa Rebecca Ross, coordinatrice, Initiatives numériques			2010/11/04	28
Great Northern Way Campus Jeannette Kopak, directrice, Direction du développement aux affaires et des opérations				
Ministère de l'Industrie Alain Beaudoin, directeur général, Direction générale des technologies de l'information et des communications Pamela Miller, directrice générale, Politiques des communications				
Ministère du Patrimoine Canadien Jean-Pierre Blais, sous-ministre adjoint, Affaires culturelles Helen Kennedy, directrice générale adjointe, Direction générale de la radiodiffusion et des communications numériques				
Ministère de l'Industrie Colette Downie, directrice générale, Direction générale des politiques-cadres du marché Pamela Miller, directrice générale, Politiques des communications			2011/02/02	38

Organisations et individus			Date	Réunion
Canadian Association of Community Television Users and Stations (CACTUS)	Catherine Edwards, porte-parole	Conférence canadienne des arts	Alain Pineau, directeur général	Open Text Corporation
Score Media inc.	Tom Jenkins, président exécutif et administrateur en chef de la stratégie	Astral Media inc.	André Bureau, président du conseil d'administration	Sophie Ermond, vice-présidente, Affaires réglementaires et gouvernementales
Association des bibliothèques de recherche du Canada	Ernie Ingles, président, Vice-Recteur et bibliothécaire en chef, Université de l'Alberta	Corus Entertainment inc.	Sylvie Courtemanche, vice-présidente, Relations gouvernementales	Gary Maavara, vice-président et avocat général
Magazines Canada	Jim Everson, directeur général, Affaires publiques	Association canadienne des bibliothèques	Mark Jamison, directeur général	Kelly Moore, directrice exécutive
TELUS Communications	Michael Hennessy, vice-président principal, Affaires réglementaires et gouvernementales	University of Waterloo	Kenneth Coates, professeur d'histoire et doyen des Arts	Association des auteurs-compositeurs canadiens
Don Quarles, directeur général				

Organisations et individus			Date	Réunion
Bibliothèque et Archives Canada	Jason Kee, directeur de la politique et des affaires juridiques		2010/05/04	12
	Daniel J. Caron, bibliothécaire et archiviste			
Writers Guild of Canada	Jean-Stéphane Piché, sous-ministre adjoint intermédiaire,			
	Secteur de l'exploration des ressources			
Association canadienne de production de films et de télévision	Kelly Lynne Ashton, directrice,			
	Recherche, industrie et politique			
Association canadienne de production de films et de télévision	Maureen Parker, directrice générale		2010/05/06	13
	John Barrack, chef des opérations et directeur des affaires juridiques			
Association nationale des radios étudiantes et communautaires	Marc Séguin, premier vice-président, Politique			
	Shelley Robinson, directrice générale			
Groupe Nordicité ltée	Peter Lyman, associé principal			
	Carolle Brabant, directrice générale			
Téléfilm Canada	Dave Forget, directeur, Contrats et certification			
	À titre personnel	2010/05/11		14
Alliance numérique - Réseau de l'industrie numérique du Québec	Steven High, chaire de recherche du Canada en histoire publique, Département de l'histoire, Concordia University			
	Pierre Proulx, directeur général			
marblemedia inc.	Mark Bishop, partenaire/réalisateur			
	Rogers Communications inc.			
Jeremy Butters, directeur,	Diversitisme de large bande, Rogers Cable			
	Kenneth Engelhart, vice-président principal,			
	Réglementation			

Organisations et individus			Date	Réunion
Universal Music Canada Darlene Gilliland, directrice, Digital Business Development and Business Affairs Warner Music Canada Charlie Millar, directeur, Digital Business Development			2010/04/22	9
À titre personnel John Bonnett, programme des chaires de recherche en sciences humaines numériques et professeur adjoint, Département d'histoire, Brock University David Wolfe, professeur des sciences politiques, Codirecteur de programme de globalisation sur les systèmes régionaux d'innovation, Université de Toronto Alliance des artistes canadiens du cinéma, de la télévision et de la radio Tyrone Benskin, vice-président national Stephen Waddell, directeur général national OpenMedia.ca Steve Anderson, fondateur et coordonnateur national			2010/04/27	10
Alliance interactive canadienne Ian Keiso, président-directeur général, Interactive Ontario Groupe CJC (Communication, Information, Culture) Richard Paradis, président MoboVivo Inc. Trevor Doerkson, directeur-général Office national du film Deborah Drisdell, directrice générale, Accessibilité et entreprises numériques Claude Joli-Coeur, commissaire adjoint Tom Perlmutter, commissaire du gouvernement à la cinématographie et président			2010/04/29	11
Association des producteurs de films et de télévision du Québec Brigitte Doucet, directrice générale adjointe Claire Samson, présidente et directrice générale			2010/05/04	12

ANNEXE A

Liste des témoins

Organisations et individus	Date	Réunion
<p>Conseil de recherches en sciences humaines du Canada</p> <p>Chad Gaffield, président</p> <p>Murielle Gagnon, directrice, Programmes stratégiques et initiatives conjointes, Direction des partenariats</p> <p>Gisèle Yasmeeen, vice-présidente, Direction des partenariats</p> <p>Association nationale des éditeurs de livres</p> <p>Aline Côté, présidente du droit d'auteur et editrice</p> <p>EyeSteelFilm Inc.</p> <p>Brett Gaylor, documentariste</p> <p>The Mark News</p> <p>Jeff Anders, président-directeur général et cofondateur</p> <p>Access Copyright</p> <p>Roanie Levy, avocat général et directeur, Politique des affaires extérieures</p> <p>Coalition canadienne des Photographes</p> <p>André Cornellier, co-président, Directeur général de La Maison de l'image et de la photographie</p> <p>Lone Pine Publishing</p> <p>Glenn Rollans, associé</p> <p>Société québécoise de gestion collective des droits de reproduction</p> <p>Danièle Simpson, présidente, Vice-présidente, union des écrivains Québécois</p> <p>Société québécoise des auteurs dramatiques</p> <p>Marie-Louise Nadeau, directrice, Auteure dramatique</p> <p>Association de l'industrie canadienne de l'enregistrement</p> <p>Graham Henderson, président</p> <p>Quinlan Road Limited</p> <p>Loreena McKennitt, présidente</p>	<p>2009/10/27</p> <p>2010/04/15</p> <p>2010/04/20</p>	<p>32</p> <p>7</p> <p>8</p> <p>9</p>

Recommandation 20

Le Comité recommande que la stratégie nationale sur l'économie numérique fasse l'objet d'un examen quinquennal.

Recommandation 21

Le Comité recommande que le gouvernement du Canada envisage des façons d'éliminer les obstacles, notamment l'obtention de permis et de visas, à l'arrivée de travailleurs étrangers dans le secteur des médias numériques.

Recommandation 22

Le Comité recommande que le gouvernement du Canada augmente le budget du Fonds des médias du Canada.

Recommandation 23

Le Comité recommande que le Fonds des médias du Canada envisage des moyens pour permettre aux producteurs d'avoir accès au financement sans avoir à conclure une prévente auprès d'un radiodiffuseur canadien.

Recommandation 24

Le Comité encourage Téléfilm Canada à revoir ses traités de coproduction pour qu'ils englobent le contenu interactif et les plateformes interactives.

Recommandation 25

Le Comité recommande que le gouvernement du Canada veille à ce que les accords commerciaux ne reconnaissent pas le droit de poursuivre en justice des organismes de réglementation.

Recommandation 26

Le Comité recommande que le gouvernement du Canada continue à veiller à ce que le secteur canadien de la radiodiffusion demeure propriété canadienne.

Recommandation 13

Le Comité recommande que le gouvernement du Canada revoise le système de subventions et de contributions destinées aux entreprises de médias numériques afin de trouver des façons d'accélérer les processus.

Recommandation 14

Le Comité recommande que le gouvernement du Canada revoise le système de subventions et de contributions afin d'encourager l'innovation dans le secteur des médias numériques.

Recommandation 15

Le Comité recommande que le gouvernement du Canada renforce les éléments de ses programmes de financement des arts et de la culture consacrés aux médias numériques.

Recommandation 16

Le Comité recommande que le gouvernement du Canada crée un crédit d'impôt à l'égard de la production de contenu numérique.

Recommandation 17

Le Comité recommande que le gouvernement du Canada réinvestisse une partie de l'argent provenant des prochaines enchères du spectre de fréquences dans une stratégie numérique.

Recommandation 18

Le Comité recommande que le Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes veille à ce que la neutralité d'Internet soit respectée.

Recommandation 19

Le Comité encourage le gouvernement du Canada à se doter aussi vite que possible d'une stratégie nationale sur l'économie numérique.

Recommandation 7

Le Comité recommande que le gouvernement du Canada agisse de concert avec les autorités provinciales pour soutenir les programmes visant à favoriser l'émergence d'une population rompue à l'utilisation des technologies numériques.

Recommandation 8

Le Comité recommande que le gouvernement du Canada prenne en considération la proposition de la Canadian Association of Community Television Users and Stations (CACTUS) concernant l'établissement de centres multimédia communautaires et l'accès en ligne à ses ressources comme moyens d'encourager les gens à acquérir des compétences numériques.

Recommandation 9

Le Comité recommande que le ministère des Ressources humaines et du Développement des compétences révise ses politiques et ses programmes de façon que la formation au numérique devienne prioritaire.

Recommandation 10

Le Comité recommande que le gouvernement du Canada prenne des mesures pour protéger les œuvres de création contre le piratage.

Recommandation 11

Le Comité recommande que le gouvernement du Canada ratifie le Traité sur le droit d'auteur et le Traité sur les interprétations et exécutions et les phonogrammes de l'Organisation mondiale de la propriété intellectuelle (OMPI).

Recommandation 12

Le Comité recommande que le gouvernement du Canada envisage des moyens pour soutenir les nouvelles entreprises numériques (entreprises en démarrage) au moment où elles élaborent leurs modèles d'affaires.

CHAPITRE 5 : RECOMMANDATIONS

Le Comité est reconnaissant des témoignages éclairés qu'il a entendus et souhaite remercier les témoins de leur excellent travail.

Le 9 février 2011, le Comité a adopté les recommandations suivantes :

Recommandation 1

Le Comité recommande que le gouvernement du Canada appuie les efforts déployés par les institutions fédérales pour numériser le patrimoine documentaire du Canada et le rendre accessible aux Canadiens.

Recommandation 2

Le Comité recommande que le gouvernement du Canada élabore une politique pangouvernementale en matière de préservation numérique.

Recommandation 3

Le Comité recommande que le gouvernement du Canada facilite le développement d'un réseau canadien de dépôts numériques fiables.

Recommandation 4

Le Comité recommande que le gouvernement du Canada examine des façons d'appuyer les bibliothèques dans leurs efforts pour numériser tout ce qui est libre de droit d'auteur.

Recommandation 5

Le Comité recommande que le gouvernement du Canada poursuive ses efforts afin que tous les Canadiens jouissent d'un accès Internet haute vitesse à large bande.

Recommandation 6

Le Comité recommande que le gouvernement du Canada élargisse la portée du programme Large bande Canada : Un milieu rural branché d'Industrie Canada.

publicité sur des sites Web appartenant à des intérêts canadiens qui accordent une place prépondérante au contenu canadien¹⁹⁷.

Son collègue, M. Waddell, a ajouté qu'ACTRA aimerait que les fournisseurs de services Internet et sans-fil contribuent à un fonds des médias numériques¹⁹⁸. La Writers Guild of Canada¹⁹⁹ et l'Association des producteurs de films et de télévision du Québec²⁰⁰ et CBC/Radio-Canada²⁰¹ ont aussi appuyé l'idée d'un fonds destiné à soutenir le contenu canadien.

M. Hennessy de TELUS Communications est d'avis qu'il faut investir dans la création de contenu et dans l'habillage interactif entourant le contenu. Selon lui, une partie de l'argent provenant des prochaines enchères du spectre de fréquences pourrait servir à financer la création de contenu²⁰².

4.9 Accès et formation

L'importance que de nombreux témoins accordent à l'accès à Internet à large bande a déjà été soulignée aux sections 3.3 et 4.3. M^{me} Catherine Edwards de la Canadian Association of Community Television Users and Stations (CACTUS) a signalé un autre élément de l'accès aux médias numériques et émergents. Elle a réclamé l'établissement de centres communautaires de formation en multimédia, qui donneraient accès à toutes les technologies des médias. Ces centres seraient financés grâce à l'actuelle politique sur la télévision communautaire²⁰³. La CCA appuie cette idée²⁰⁴.

En ce qui concerne la formation, M. Proulx de l'Alliance numérique — Réseau de l'industrie numérique du Québec a déclaré que la politique canadienne sur le numérique devrait « soutenir les instances provinciales et investir dans les programmes déjà en place. Il faut surtout favoriser l'adéquation entre les besoins de l'industrie et les programmes de formation²⁰⁵. »

Alain Beaudoin, directeur général, Direction générale des technologies de l'information et des communications au ministère de l'Industrie, a souligné que le gouvernement du Canada soutient le développement des compétences numériques au moyen de programmes comme le Programme des chaires de recherche du Canada, le

197	<i>Témoignages, Comité, réunion n° 10, 40° législature, 3^e session, 27 avril 2010, 1150.</i>
198	<i>Ibid.</i>
199	<i>Témoignages, Comité, réunion n° 12, 40° législature, 3^e session, 4 mai 2010, 1120.</i>
200	<i>Ibid., 1225.</i>
201	<i>Témoignages, Comité, réunion n° 27, 40° législature, 3^e session, 2 novembre 2010, 1635.</i>
202	<i>Témoignages, Comité, réunion n° 25, 40° législature, 3^e session, 26 octobre 2010, 1645.</i>
203	<i>Témoignages, Comité, réunion n° 15, 40° législature, 3^e session, 13 mai 2010, 1225.</i>
204	<i>Ibid., 1220.</i>
205	<i>Témoignages, Comité, réunion n° 14, 40° législature, 3^e session, 11 mai 2010, 1210.</i>

distribution, mais que les activités des radiodiffuseurs ont un intérêt culturel considérable et devraient rester protégées¹⁹⁵.

4.8 Contenu canadien

À la section 3.8, nous avons examiné certaines questions que les témoins ont soulevées au sujet du contenu canadien. Dans la présente section, nous abordons des suggestions concernant les mesures que peut prendre le gouvernement fédéral. M. Glick de Google Inc. a établi une distinction à l'égard de la réglementation du contenu canadien, selon qu'elle s'applique à l'offre ou à la demande :

Du côté de l'offre, nous avons un système de subventions gouvernementales, d'incitatifs fiscaux et différentes mesures favorisant la création de contenu canadien. Je ne suis pas en train de dire que nous devons nous débarrasser de ces formes de soutien; il y a toujours lieu de subventionner le contenu canadien et de maintenir les incitatifs fiscaux pour la création de contenu professionnel. Je ne crois pas que cela pose quelque problème que ce soit. En fait, plus il y a de contenu et mieux les intermédiaires se portent. Du côté de la demande, notre action réglementaire prend la forme de quotas, une solution qui deviendra de moins en moins envisageable à mon avis¹⁹⁶.

M. Benskin d'ACTRA a dressé une liste d'idées que pourrait adopter le gouvernement fédéral pour appuyer le contenu canadien :

Nous devons aussi appuyer les Canadiens qui produisent du contenu canadien. Le gouvernement doit faire siennes les politiques qui favorisent la production de contenu qui reflète la réalité canadienne pour les Canadiens et pour le monde entier, peu importe le type d'écran sur lequel ils le regardent.

Le Fonds des médias du Canada est un bon pas dans cette direction. Cependant, ce n'est pas de l'argent frais. Pour que l'industrie des médias numériques du Canada prospère, elle a besoin que le gouvernement investisse davantage et à long terme. Radio-Canada, Téléfilm Canada et l'Office national du film ont aussi besoin d'un mandat clair et d'un financement public constant pour redevenir, dans ce nouveau monde numérique, des chefs de file dans l'art de raconter des histoires aux Canadiens.

Un crédit d'impôt fédéral pour la production de contenu numérique original semblable au crédit d'impôt pour production cinématographique ou magnétoscopique canadienne favoriserait les investissements privés, la poursuite du développement et — ce qui est tout aussi important — le maintien en fonction de la main-d'œuvre hautement qualifiée en médias numériques du Canada.

Le gouvernement fédéral pourrait aussi proposer des mesures incitatives pour encourager les annonceurs canadiens à appuyer les sites Web qui présentent du contenu canadien. Vous pouvez étendre la portée de l'article 19.1 de la Loi de l'impôt sur le revenu de manière à accorder des déductions fiscales aux annonceurs qui font de la

195 Témoignages, Comité, réunion n° 25, 40^e législature, 3^e session, 26 octobre 2010, 1530.
196 Témoignages, Comité, réunion n° 4, 40^e législature, 3^e session, 30 mars 2010, 1150.

nouvel environnement, les compagnies étrangères disposeraient d'un argument de poids pour intenter un procès au titre du chapitre 11 [de l'ALENA].¹⁸⁷

D'autres organismes se sont exprimés en faveur du maintien des restrictions actuelles, soit l'ACTRA¹⁸⁸, la Writers Guild of Canada¹⁸⁹, l'Association des producteurs de films et de télévision du Québec¹⁹⁰, l'Association québécoise de l'industrie du disque, du spectacle et de la vidéo¹⁹¹ et l'Association canadienne de production de films et de télévision¹⁹².

Par ailleurs, plusieurs témoins voyaient des avantages possibles à l'accroissement de la propriété étrangère. Selon M. Engelhart de Rogers Communications :

Nous ne croyons pas que la modification des règles régissant la propriété étrangère aura un impact sur la culture et le contenu canadiens. On peut changer les règles canadiennes qui régissent la propriété étrangère en ce qui concerne les sociétés de télécommunications et les entreprises de cablodistribution. Ces entreprises sont principalement des distributeurs de contenu. Et on peut maintenir les règles qui régissent la propriété étrangère en ce qui a trait aux fournisseurs de contenu. Les stations de radio et de télévision et les chaînes spécialisées peuvent demeurer sous contrôle canadien. Cela permettrait aux distributeurs à forte intensité de capital d'accéder au capital étranger à moindre coût, tout en s'assurant que les producteurs de contenu sont canadiens.¹⁹³

Parallèlement, en ce qui concerne la propriété étrangère dans l'industrie des jeux, Ian Kelso, président-directeur général de l'Alliance interactive canadienne, a affirmé qu'elle pouvait avoir des effets positifs :

Nos plus grandes réussites sont en règle générale à l'heure actuelle achetées par des sociétés étrangères qui disposent du capital nécessaire pour investir dans le vol du produit ou du service. Mais ces acquisitions étrangères ne sont pas toujours forcement de mauvaises choses, car le capital accru nous accorde une plus grosse empreinte sur le plan de l'emploi. Nous avons tendance à conserver les emplois ici, et nous avons tendance à retenir dans le pays le talent créatif.¹⁹⁴

M. Hennessy of TELUS Communications a affirmé qu'il est possible d'atteindre des objectifs en matière de radiodiffusion sans tenir compte de la propriété des réseaux de

Association québécoise de l'industrie du disque, du spectacle et de la vidéo, « Résumé — Mémoire de consultation nationale du Gouvernement du Canada pour établir une stratégie sur l'économie numérique, le 9 juillet 2010 », mémoire au Comité, http://www.adisq.com/pdf/politique/20100713_VF_Résumé_ADISQ.pdf, consulté le 29 novembre 2010.

- 192 *Témoignages*, Comité, réunion n° 13, 40^e législature, 3^e session, 6 mai 2010, 1115.
- 193 *Témoignages*, Comité, réunion n° 14, 40^e législature, 3^e session, 11 mai 2010, 1105.
- 194 *Témoignages*, Comité, réunion n° 11, 40^e législature, 3^e session, 29 avril 2010, 1145.

de plus de 50 p. 100 pour atteindre environ 390 millions de dollars pendant la même période.

Selon nous, ces tendances à la baisse peuvent être renversées si nous mettons à jour nos politiques et nos programmes internationaux. Les traités de coproduction officiels du Canada et les programmes de promotion des nouvelles exportations pourraient s'avérer très précieux dans ces domaines¹⁸⁴.

En plus de parler de ces traités, certains témoins ont exprimé des inquiétudes au sujet des négociations visant l'ACRC (voir la section 3.5.5) et au sujet des accords de commerce extérieur. À ce sujet, M. Pineau de la CCA a déclaré que :

Les accords conclus par le Canada en matière de commerce international entraînent peut-être une restriction de la liberté d'action du Canada en matière de politiques culturelles. Le chapitre 11 de l'ALENA [Accord de libre-échange nord-américain] reconnaît en effet aux investisseurs étrangers le droit d'actionner le gouvernement canadien et de demander à être indemnisés des mesures, y compris celles prises par des organismes de régulation tels que le CRTC, qu'ils estiment contraires aux droits que leurs sont garantis aux termes de l'ALENA. Le CCA s'inquiète beaucoup du fait que le gouvernement canadien a proposé l'adoption d'un tel mécanisme de règlement des différends dans le cadre des négociations globales actuellement en cours avec l'Union européenne¹⁸⁵.

4.7 Propriété étrangère

S'agissant de propriété étrangère, plusieurs témoins se sont opposés à l'assouplissement des restrictions imposées. Selon M. Pineau de la CCA :

La question de savoir s'il serait sage d'ouvrir le secteur des télécommunications aux investisseurs étrangers avec le risque de voir ce secteur éventuellement tomber aux mains d'intérêts étrangers, est actuellement controversée. L'argument avancé est qu'en augmentant la concurrence, on abaissera les prix au consommateur. L'objectif est certes louable, mais il y a de bonnes raisons de craindre les conséquences d'un tel moyen détourné de modifier, dans le domaine de la culture, des politiques en place depuis longtemps¹⁸⁶.

M. Pineau a explicité une de ces raisons :

[...] dans l'hypothèse où des entreprises étrangères seraient autorisées à prendre des participations dans notre secteur de la radiodiffusion, ou y entreraient de force, les règles et règlements actuels concernant la production et la distribution de contenu canadien pourraient voir confirmer leur validité dans la mesure où ces sociétés étrangères prendraient pied sur un marché soumis déjà à un cadre réglementaire. Mais, si le CRTC ou le gouvernement tentait de mettre cette réglementation à jour afin de l'adapter à un

184

Témoignages, Comité, réunion n° 13, 40^e législature, 3^e session, 6 mai 2010, 1120.

185

Témoignages, Comité, réunion n° 15, 40^e législature, 3^e session, 13 mai 2010, 1215.

186

Ibid., 1210.

La plupart des témoins ont accueilli favorablement l'instauration du nouveau FMC.¹⁷⁵ L'ONF¹⁷⁶, l'Alliance interactive canadienne¹⁷⁷, *The Mark News*¹⁷⁸ et Jumpwire¹⁷⁹ ont salué cette initiative du gouvernement.

M. Gaylor, documentariste de EyeSteelFilm, et M. Anderson d'OpenMedia.ca¹⁸⁰ considèrent également qu'il s'agit d'un pas dans la bonne direction même si le FMC soutiendrait davantage les radiodiffuseurs traditionnels à leur dire. L'Association canadienne du logiciel du divertissement y est allée d'un commentaire similaire en proposant que davantage de fonds soient affectés au volet expérimental du FMC.¹⁸¹

De son côté, l'ACTRA¹⁸² et la Writers Guild of Canada souhaitent qu'un fonds spécifique soit créé pour le contenu canadien en ligne, qui serait financé par des redevances des fournisseurs de services Internet.

4.6 Traités internationaux

Il a été question, lors des témoignages, du rôle du gouvernement fédéral dans la négociation de traités. Comme souligné dans la section 3.5, des témoins ont suggéré que le Canada mette en œuvre les traités de l'OMPI sur la responsabilité des FSI.

De plus, deux témoins ont soulevé la question des traités de coproduction. M. Bishop de marbledmedia a déclaré que :

En ce qui concerne l'investissement étranger, nous constatons que les traités de coproduction ne portent que sur les productions cinématographiques et télévisuelles. Ils sont dépassés et ont besoin d'être révisés. Nos traités de coproduction doivent englober le contenu interactif et les plateformes interactives. Puisque les droits de licence que perçoivent les diffuseurs au Canada diminuent — une tendance qui s'accroît¹⁸³ —, nous avons besoin de partenariats et d'investissements étrangers dans notre contenu.

Sur le même sujet, M. Barrack de l'Association canadienne de production de films et de télévision a souligné que :

[...] le financement étranger accordé aux productions certifiées canadiennes a considérablement diminué, passant de 407 à 196 millions de dollars entre 2001 et 2008. Nos activités de coproduction ont également subi des reculs incroyables, des diminutions

175	Témoignages, Comité, réunion n° 11, 40° législature, 3° session, 29 avril 2010, 1135.
176	Témoignages, Comité, réunion n° 11, 40° législature, 3° session, 29 avril 2010, 1140.
177	Témoignages, Comité, réunion n° 7, 40° législature, 3° session, 15 avril 2010, 1130.
178	Témoignages, Comité, réunion n° 14, 40° législature, 3° session, 11 mai 2010, 1110.
179	Témoignages, Comité, réunion n° 26, 40° législature, 3° session, 28 octobre 2010, 1635.
180	Témoignages, Comité, réunion n° 10, 40° législature, 3° session, 27 avril 2010, 1255.
181	Témoignages, Comité, réunion n° 12, 40° législature, 3° session, 4 mai 2010, 1230.
182	Témoignages, Comité, réunion n° 10, 40° législature, 3° session, 27 avril 2010, 1145.
183	Témoignages, Comité, réunion n° 14, 40° législature, 3° session, 11 mai 2010, 1115.

L'argument le plus souvent invoqué est que les secteurs de la radiodiffusion et des télécommunications sont de plus en plus intimement liés et qu'il est de plus en plus difficile de fixer une frontière entre les deux. M. Geist de l'Université d'Ottawa propose de remanier la *Loi sur la radiodiffusion* et la *Loi sur les télécommunications* pour ne faire qu'une seule loi générale sur les communications.¹⁵⁵ Il est clair également pour l'Alliance interactive canadienne¹⁵⁶ que le Groupe CJC¹⁵⁷, et l'Association des producteurs de films et de télévision du Québec¹⁵⁸ que le cadre législatif actuel ne reflète pas la convergence dans les secteurs de la radiodiffusion et des télécommunications. Des réserves ont toutefois été exprimées. M. Lyman du Groupe Nordicité doute qu'une telle modification législative puisse être effectuée à brève échéance et constate aussi :

Lorsque les gens parlent de fusionner les télécommunications et la radiodiffusion, ce qu'ils veulent dire, c'est qu'il faut éliminer les dispositions relatives à la radiodiffusion afin que nous n'ayons pas à bidouiller lorsque nous en venons à ces domaines difficiles de ce qui constitue ou non la radiodiffusion. C'est un domaine très compliqué. Une bonne façon d'y arriver serait de fusionner les deux — se contenter d'une loi sur les télécommunications et abolir la *Loi sur la radiodiffusion* —, mais je ne pense pas que ce soit l'orientation adoptée par le pays.¹⁵⁹

Des entreprises qui œuvrent dans le domaine de l'édition et des arts visuels demandent une meilleure protection des droits d'auteur pour les auteurs, les éditeurs et les travailleurs de l'industrie de la photographie. Des éditeurs comme Lone Pine Publishing s'attendent à une rémunération raisonnable pour leur travail¹⁶⁰.

Don Quarles de l'Association des auteurs-compositeurs canadiens est d'avis que l'une des façons d'offrir cette rémunération consisterait à percevoir un droit de licence pour le partage de fichiers. Conformément à sa proposition, « [l']utilisateur final aurait une licence dont les recettes seraient versées dans un fonds commun et distribuées au prorata — sur la base d'une collecte de données non intrusive — aux auteurs-compositeurs, aux interprètes, aux maisons de disques et aux éditeurs¹⁶¹ ». À titre d'exemple, la perception d'un montant de 3 \$ par mois pour une licence familiale générerait 360 millions de dollars par an¹⁶². M. McKie de la Canadian Independent Music Association a toutefois affirmé que ce montant ne serait pas suffisant pour éponger les 600 millions de dollars de pertes de ventes subies depuis 2000. Il a également signalé que la moitié de la population n'achète jamais de musique et que s'il y a une option de

155	<i>Témoignages</i> , Comité, réunion n° 3, 40 ^e législature, 3 ^e session, 25 mars 2010, 1110.
156	<i>Témoignages</i> , Comité, réunion n° 11, 40 ^e législature, 3 ^e session, 29 avril 2010, 1150.
157	<i>Témoignages</i> , Comité, réunion n° 11, 40 ^e législature, 3 ^e session, 29 avril 2010, 1230.
158	<i>Témoignages</i> , Comité, réunion n° 12, 40 ^e législature, 3 ^e session, 4 mai 2010, 1215.
159	<i>Témoignages</i> , Comité, réunion n° 13, 40 ^e législature, 3 ^e session, 6 mai 2010, 1145.
160	<i>Témoignages</i> , Comité, réunion n° 8, 40 ^e législature, 3 ^e session, 20 avril 2010, 1130.
161	<i>Témoignages</i> , Comité, réunion n° 26, 40 ^e législature, 3 ^e session, 28 octobre 2010, 1540.
162	<i>Ibid.</i> , 1545.

La Conférence canadienne des arts affirme que l'élaboration d'une stratégie numérique nationale est indissociable de la mise à jour de la Loi sur le droit d'auteur¹⁴⁸. La promotion de la littérature numérique doit également en faire partie.

De leur côté, M. Paradis du Groupe CIC et les dirigeants de OpenMedia.ca ont insisté sur l'importance que l'accès Internet à haute vitesse soit au cœur d'une telle stratégie¹⁴⁹.

M. Bishop de marbledmedia Inc. mentionne que la stratégie doit privilégier l'accès à un contenu professionnel numérique canadien distribué par « des services appartenant à des Canadiens¹⁵⁰ ».

Pour M. Coates de l'Université de Waterloo, le contenu numérique doit être intégré à une stratégie nationale en matière d'innovation. De plus, a-t-il dit, le Canada doit mettre l'accent sur la loyauté et demander aux Canadiens de talent de demeurer ici ou d'y revenir s'ils sont allés s'établir ailleurs. Enfin, il est d'avis que le Canada doit faire sa marque et se tailler une place sur la scène internationale parmi les grandes nations numériques¹⁵¹. Son collègue, M. Wilson, a recommandé la tenue « d'une étude d'envergure sur la politique culturelle du Canada, incluant les politiques qui régissent l'information, les sciences humaines et sociales ainsi que le savoir, une étude qui pourra inspirer et guider les gouvernements et les institutions canadiennes tout au long du 21^e siècle¹⁵² ».

Seul M. Glick de Google Inc. a exprimé certaines réserves sur une éventuelle stratégie numérique nationale. Il a insisté sur la nécessité qu'une telle stratégie soit souple et qu'elle s'adapte à l'évolution rapide qui touche le secteur numérique¹⁵³.

4.4 Lois et règlements

Des participants aux travaux du Comité ont proposé des changements à certaines lois et certains règlements qui ont une incidence sur la radiodiffusion et la production de contenu culturel.

Certains témoins estiment qu'il faut résister à la tentation de vouloir réglementer l'Internet de quelque manière que ce soit. Il faudrait plutôt créer des incitatifs pour encourager la production de contenu original sur le Web, notamment du contenu canadien. Cette position a été défendue avec force par M. Glick de Google Inc.¹⁵⁴

148	Témoignages, Comité, réunion n° 15, 40 ^e législature, 3 ^e session, 13 mai 2010, 1120.
149	Témoignages, Comité, réunion n° 11, 40 ^e législature, 3 ^e session, 29 avril 2010, 1230.
150	Témoignages, Comité, réunion n° 14, 40 ^e législature, 3 ^e session, 11 mai 2010, 1115.
151	Témoignages, Comité, réunion n° 25, 40 ^e législature, 3 ^e session, 26 octobre 2010, 1540.
152	Ibid., 1545.
153	Témoignages, Comité, réunion n° 4, 40 ^e législature, 3 ^e session, 30 mars 2010, 1135.
154	Témoignages, Comité, réunion n° 4, 40 ^e législature, 3 ^e session, 30 mars 2010, 1115.

principalement sur le développement des compétences et les enjeux relatifs au droit d'auteur dans l'ère numérique. M. Geist propose de financer la mise en œuvre d'une telle stratégie par les revenus tirés de la vente aux enchères du spectre de radiodiffusion libéré par la transition au numérique¹⁴⁴.

Le Groupe Nordicité s'est particulièrement intéressé au contenu d'une éventuelle stratégie numérique nationale. L'entreprise a rendu public en septembre 2009 un document de discussion intitulé *Towards a National Digital Strategy* qui vise à susciter des débats sur cet enjeu. Peter Lyman, associé au sein de l'entreprise, a mentionné qu'une telle stratégie devait s'adapter à la réalité canadienne. Elle devait s'articuler sur trois enjeux : les technologies de l'information et des télécommunications, le domaine culturel et les ressources humaines et la formation.

De son côté, l'ACTRA estime que cette stratégie devrait obligatoirement comprendre les éléments suivants :

- des limites en matière de propriété étrangère;
- une augmentation des investissements en création de contenu;
- un cadre de réglementation moderne qui assure un volume de présentation au contenu canadien;
- de nouvelles lois sur le droit d'auteur qui permettent aux auditeurs d'avoir accès au produit tout en assurant une rémunération équitable aux créateurs¹⁴⁵.

L'Association canadienne de production de films et de télévision et la Writers Guild of Canada se sont prononcées en faveur de l'adoption d'une stratégie numérique nationale au nom des scénaristes du Canada. Des incitatifs pour encourager la création d'œuvres numériques et la mise à jour de la *Loi sur le droit d'auteur* seraient au centre de cette stratégie :

Une stratégie nationale dans le domaine du numérique devrait avant tout dégager les crédits nécessaires à la création professionnelle d'œuvres numériques; en deuxième lieu, soutenir l'existence d'entreprises canadiennes sur lesquelles repose la production nationale, avec les mesures d'incitation et de réglementation que cela suppose; et troisièmement apporter diverses modifications à la *Loi sur le droit d'auteur* pour que la législation applicable permette aux créateurs de toucher une part équitable des revenus découlant de leurs créations¹⁴⁷.

144	Témoignages, Comité, réunion n° 3, 40° législature, 3° session, 25 mars 2010, 1115.
145	Témoignages, Comité, réunion n° 10, 40° législature, 3° session, 27 avril 2010, 1145.
146	Témoignages, Comité, réunion n° 13, 40° législature, 3° session, 6 mai 2010, 1115.
147	Témoignages, Comité, réunion n° 12, 40° législature, 3° session, 4 mai 2010, 1120.

d'information, nous risquons de perdre du matériel, simplement parce que nous ne pourrions plus y avoir accès dans le format dans lequel il aura été créé¹³⁹ ».

Comme constaté dans la section 2.2, l'ONF a été particulièrement novateur en matière de libération de contenu. En janvier 2009, l'ONF a lancé l'Espace de visionnage en ligne qui offre à la population canadienne un accès direct à plus de 1000 titres de sa collection audiovisuelle.

M. Caron de Bibliothèque et Archives Canada a tenu à souligner qu'il y a une surabondance d'information à sauvegarder. Les fonds d'archives, qui étaient auparavant composés de boîtes remplies de livres, d'images, et de documents papier, arrivent désormais sous la forme de clés de mémoire USB¹⁴⁰. Par ailleurs, c'est aussi une occasion privilégiée de rapprocher les Canadiens de leur patrimoine documentaire. Pour relever ces défis, M. Caron favorise le développement d'un réseau pancanadien de dépôts numériques fiables (des chambres fortes virtuelles) où les ressources produites en format numérique peuvent être stockées et diffusées à court et à moyen terme¹⁴¹.

L'Association des bibliothèques de recherche du Canada (ABRC) a tenu essentiellement le même langage que Bibliothèque et Archives Canada. La numérisation du patrimoine canadien suscite beaucoup d'intérêt chez les membres de l'ABRC. L'accès des Canadiens à leur histoire s'en trouvera facilité. Toutefois, l'ABRC a insisté sur le fait que le gouvernement du Canada devait jouer un rôle de leader et investir davantage dans la numérisation du patrimoine documentaire du Canada¹⁴².

4.3 La stratégie numérique nationale

Le Comité a été à même de constater qu'il y a un large consensus chez les témoins entendus sur la nécessité que le Canada se dote d'une stratégie numérique nationale.

Le président de l'ONF, M. Perlmutter, s'est fait le promoteur de cette idée depuis plus d'un an. Il en avait d'ailleurs fait mention au moment de sa comparution l'an dernier, lors de l'étude du Comité sur l'avenir de la télévision locale au Canada. Il en a de nouveau fait le thème central de son allocution lors de son témoignage du 29 avril 2010¹⁴³. Il a tenu à rappeler que la Grande-Bretagne, la France et l'Australie avaient déjà adopté de telles stratégies.

M. Geist de l'Université d'Ottawa affirme également que le Canada accuse du retard par rapport aux autres pays dans ce domaine. Une telle stratégie s'articulerait

139

Ibid., 1550.

140

Témoignages, Comité, réunion n° 12, 40^e législature, 3^e session, 4 mai, 2010, 1110.

141

Ibid., 1120.

142

Témoignages, Comité, réunion n° 16, 40^e législature, 3^e session, 25 mai 2010, 1120.

143

Témoignages, Comité, réunion n° 11, 40^e législature, 3^e session, 25 avril 2010, 1135.

4.1 Introduction

L'expansion des médias numériques a transformé différents secteurs de la société canadienne. Certaines institutions fédérales chargées de la diffusion du contenu canadien et de la préservation de la mémoire canadienne doivent transformer leurs fonctionnements. Plusieurs témoins prônent l'élaboration d'une stratégie numérique nationale pour coordonner les actions dans ce domaine. D'autres témoins proposent également de revoir le cadre législatif actuel, qui ne correspondrait plus à l'univers technologique d'aujourd'hui.

4.2 La numérisation de l'information gouvernementale et du patrimoine documentaire

Les ministères et organismes fédéraux ont vu leurs activités littéralement transformées par l'expansion des technologies de l'information et des télécommunications (TIC). Les TIC ont révolutionné la manière dont le gouvernement du Canada communique avec ses citoyens.

M. Geist de l'Université d'Ottawa a tenu à rappeler que des pays comme les États-Unis et la Grande-Bretagne ont lancé des initiatives pour faciliter l'accès à l'information gouvernementale par le biais des nouveaux médias. Il affirme qu'une libération des données du gouvernement fédéral aurait un effet d'entraînement¹³⁵ « en invitant les entreprises canadiennes à ajouter de la valeur aux données publiques¹³⁶ ». Dans un souci de transparence, il a également proposé l'élimination du droit d'auteur de la Couronne et un plus grand nombre de licences ouvertes pour les données gouvernementales, y compris les vidéos du gouvernement¹³⁶.

M. Wilson de l'Université de Waterloo est un autre témoin qui a plaidé en faveur de l'élimination du droit d'auteur de la Couronne et qui est d'avis que tout ce que les gouvernements publiés devrait être mis en ligne¹³⁷. Il a également réclamé l'établissement d'une politique en matière de préservation¹³⁸. En ce qui concerne ce dernier aspect, M^{me} Moore de l'Association canadienne des bibliothèques a affirmé que « si nous ne nous dotons pas de politiques rigoureuses en matière de numérique et

135 *Témoignages*, Comité, réunion n° 3, 40^e législature, 3^e session, 25 mars 2010, 1110.
136 *Ibid.*
137 *Témoignages*, Comité, réunion n° 25, 40^e législature, 3^e session, 26 octobre 2010, 1635.
138 *Ibid.*, 1545

3.9 Internet ouvert

Le Comité a entendu plusieurs témoins dire qu'un Internet ouvert où tout le contenu est traité équitablement — la soi-disant neutralité d'Internet — est essentiel à la mise au point de médias numériques et émergents.

Parmi eux figuraient M. Geist de l'Université d'Ottawa¹³¹, Google Inc.¹³², OpenMedia.ca¹³³ et M. Levy de Score Media Inc. Comme l'a dit ce dernier :

Les moyens que les fournisseurs de service Internet et fournisseurs de service sans fil ont de contrôler l'accès à Internet, soit en raison de leur intégration verticale, soit parce qu'ils ont tout intérêt à accorder la priorité à leur propre contenu, ou encore parce qu'ils ont conclu des accords avec de grandes sociétés de distribution à qui ils accordent un accès prioritaire, sont pour nous une source de préoccupation. Si nous souhalions, dans l'univers de ces nouveaux médias, préserver la diversité de voix authentiquement canadiennes, on ne peut pas subordonner l'accès à Internet au paiement d'un droit¹³⁴.

131	Témoignages, Comité, réunion n° 3, 40° législature, 3° session, 25 mars 2010, 1110.
132	Témoignages, Comité, réunion n° 4, 40° législature, 3° session, 30 mars 2010, 1150.
133	Témoignages, Comité, réunion n° 10, 40° législature, 3° session, 27 avril 2010, 1250.
134	Témoignages, Comité, réunion n° 15, 40° législature, 3° session, 13 mai 2010, 1125.

sans précédent de contenu canadien en ligne¹²³ ». M. Glick de Google Inc. a aussi parlé de la vaste quantité de contenu canadien sur des sites de mise en commun de vidéos comme YouTube¹²⁴.

Toutefois, Kelly Lynne Ashton, directrice de Recherche, Industrie et Politique à la Writers Guild of Canada, a contesté l'interprétation que fait Google du contenu canadien :

YouTube est effectivement un moyen bon marché de distribuer un contenu directement aux consommateurs sans passer par l'intermédiaire du radiodiffuseur, et les membres de notre association s'intéressent de plus en plus à ce moyen d'entrer directement en contact avec l'auditoire. Cela dit, un contenu amateur ne saurait se substituer aux productions assurées par des professionnels. Les Canadiens méritent mieux que cela. Or, sans l'aide du gouvernement, les Canadiens seront cantonnés dans cette énorme quantité de contenus produits par des professionnels américains et diffusés en ligne¹²⁵.

Réagissant au flot de contenu en ligne provenant de partout dans le monde, certains témoins ont pressé le gouvernement canadien de veiller à réserver suffisamment d'espace au contenu canadien en ligne. Parmi eux figurent Tyrone Benskin, vice-président national d'ACTRA¹²⁶, et Richard Paradis, président du Groupe CIC (Communication, Information, Culture)¹²⁷. De plus, Marc Séguin, premier vice-président de la Politique à l'Association canadienne de production de films et de télévision, a affirmé qu'une stratégie nationale des médias numériques devrait « s'assurer que le contenu professionnel créé par les Canadiens ait priorité sur nos réseaux à large bande¹²⁸ ».

Certains témoins jugeaient inquiétant que le contenu canadien soit numérisé par des entreprises étrangères. Citons à titre d'exemple l'initiative de numérisation de livres de Google Inc. Comme l'a souligné M. Geist de l'Université d'Ottawa : « L'initiative de Google est une excellente initiative, mais si la seule source de numérisation importante est Google, cela pose un problème¹²⁹. » Ernie Ingles, président de l'Association des bibliothèques de recherche du Canada, a déclaré que lorsqu'il s'agit de la numérisation de Canadiana : « Nous ne voulons pas un fiasco à la Google, où il faudrait numériser notre patrimoine et ensuite le racheter. Nous voulons éviter cette situation dans la mesure du possible¹³⁰. »

123	Témoignages, Comité, réunion n° 3, 40 ^e législature, 3 ^e session, 25 mars 2010, 1215.
124	Témoignages, Comité, réunion n° 4, 40 ^e législature, 3 ^e session, 30 mars 2010, 1115.
125	Témoignages, Comité, réunion n° 12, 40 ^e législature, 3 ^e session, 4 mai 2010, 1130.
126	Témoignages, Comité, réunion n° 10, 40 ^e législature, 3 ^e session, 27 avril 2010, 1145.
127	Témoignages, Comité, réunion n° 11, 40 ^e législature, 3 ^e session, 29 avril 2010, 1225.
128	Témoignages, Comité, réunion n° 13, 40 ^e législature, 3 ^e session, 6 mai 2010, 1115.
129	Témoignages, Comité, réunion n° 3, 40 ^e législature, 3 ^e session, 25 mars 2010, 1210.
130	Témoignages, Comité, réunion n° 16, 40 ^e législature, 3 ^e session, 25 mai 2010, 1120.

domaines comme des sites Web d'artistes et des clubs d'admirateurs, des produits musicaux à valeur ajoutée et des billets de concert¹¹⁹. M. McKie de la Canadian Independent Music Association a qualifié cette approche de modèle commercial 360 ou modèle holistique. Outre les recettes générées grâce à la vente d'enregistrements, ce modèle mise sur les recettes issues des droits d'édition, des droits de télévision et de cinéma, des concerts et de la vente de produits dérivés. À son avis, toutefois, « cela n'est au mieux qu'une stratégie de transition prometteuse, et une stratégie qui met en danger l'industrie de la musique enregistrée et impose à l'artiste un lourd fardeau de tournées¹²⁰. »

M^{me} Côté de l'Association nationale des éditeurs de livres a donné un exemple du genre de réaction rapide parfois nécessaire pour élaborer des nouveaux modèles d'affaires. Ainsi, face à la montée des livres électroniques offerts par les entreprises étrangères et les faibles prix pratiqués par ces dernières, les éditeurs de langue française ont mis au point leur propre système :

Je vais vous parler tout de suite de l'une de nos grandes réussites au Canada francophone. Il y a trois ans, les éditeurs ont réagi à cette situation en développant très rapidement une plateforme numérique. On s'est entendu sur l'idée d'une plateforme collective et on a essayé de développer très rapidement une offre numérique francophone pour tout le Canada par l'entremise d'un agrégateur. Il était prévu que celui-ci soit au Québec, qu'il soit soumis aux lois canadiennes et qu'il comporte un modèle d'affaires. Tout le monde nous parle de *new business model*. Or, c'est ce que nous avons développé. Il s'agit d'un modèle d'agence qui permet aux éditeurs de conserver la qualité des œuvres, l'intégrité, le respect des contrats qu'ils ont conclus avec leurs auteurs et des prix de vente à la mesure de la valeur des œuvres¹²¹.

M. O'Hearn de l'Association of Canadian Publishers a dit que les objectifs de son organisme consistent à maximiser le potentiel de revenu des livres électroniques, à utiliser la technologie numérique pour mieux faire connaître les livres canadiens de tous les formats, à élaborer de nouveaux modèles d'affaires et à augmenter la présence de livres canadiens dans les écoles canadiennes¹²².

3.8 Contenu canadien

Étant donné le manque de réglementation régissant la diffusion dans les médias numériques et émergents, certains témoins se sont interrogés sur l'avenir du contenu canadien. Comme nous l'avons vu, nombre de témoins, dont ceux de l'ONF, de Corus Entertainment Inc. et de Score Media Inc., ont décrit comment ils ont réussi à rendre le contenu canadien accessible au monde. Ainsi, selon M. Geist de l'Université d'Ottawa :

- | | |
|-----|---|
| 119 | Témoignages, Comité, réunion n° 9, 40 ^e législature, 3 ^e session, 22 avril 2010, 1155. |
| 120 | Témoignages, Comité, réunion n° 26, 40 ^e législature, 3 ^e session, 28 octobre 2010, 1530. |
| 121 | Témoignages, Comité, réunion n° 7, 40 ^e législature, 3 ^e session, 15 avril 2010, 1125. |
| 122 | Témoignages, Comité, réunion n° 28, 40 ^e législature, 3 ^e session, 4 novembre 2010, 1530. |

M. Anders a ensuite ajouté que des entreprises comme la sienne ont besoin de soutien pendant qu'elles mettent au point le modèle d'affaires qui convient :

Nous avons besoin de soutien opérationnel, c'est-à-dire de fonds qui nous permettront de continuer à expérimenter pour trouver le bon modèle économique. Nous avons besoin de fonds pour assurer le succès du numérique, pas d'encouragement à créer un journal. Nous n'avons pas besoin de protection, mais d'encouragement et de propulsion.¹¹²

M. O'Hearn de l'Association of Canadian Publishers a lui aussi insisté sur la nécessité de pouvoir faire des expériences.¹¹³

Plusieurs témoins ont signalé combien il est difficile d'obtenir du financement, notamment l'Association canadienne du logiciel de divertissement¹¹⁴ et l'Alliance numérique - Réseau de l'industrie numérique du Québec.¹¹⁵

Certains témoins ont en outre déploré la lenteur avec laquelle les subventions sont approuvées. Voici, par exemple, ce qu'a dit M. Coates de l'Université de Waterloo à ce propos :

[...] le système de subventions de tous nos ordres de gouvernement — fédéral, provincial et municipal — ne permet pas de prendre rapidement des décisions. Cela peut nécessiter jusqu'à deux ans. Par comparaison, à Taiwan ou à Singapour, quelques personnes seulement peuvent prendre une décision en deux ou trois jours. Deux ans, c'est l'équivalent de toute une vie dans le monde des médias numériques.¹¹⁶

Ainsi que souligné précédemment, de nombreux témoins ont déclaré qu'un des éléments qui entrent en ligne de compte dans la création de modèles d'affaires fructueux est la rémunération des créateurs pour leur travail. Certains témoins nourrissaient de l'espoir à cet égard. M. Doerkssen, de Mobovivo Inc., a déclaré que « Les consommateurs sont en train de changer, ils manifestent une certaine volonté à payer pour du contenu¹¹⁷. » M. Engelhart de Rogers Communication Inc. a abondé dans le même sens, disant que : « Nous pensons que même si une grande partie de la diffusion se fait sur demande et au moyen d'Internet,¹¹⁸ le modèle opérationnel restera celui de l'abonnement mensuel. C'est le modèle logique. »

D'autres témoins ont décrit les mesures qu'ils prennent pour élaborer des nouveaux modèles d'affaires. Ainsi, M^{me} Gilliland de Universal Music Canada a parlé de ce que fait sa compagnie : les contrats de licence, son utilisation des médias sociaux dans le cadre de ses activités de marketing et de promotion et sa diversification dans des

112 Ibid.

113 Témoignages, Comité, réunion n° 28, 40^e législature, 3^e session, 4 novembre 2010, 1530.

114 Témoignages, Comité, réunion n° 12, 40^e législature, 3^e session, 4 mai 2010, 1235.

115 Témoignages, Comité, réunion n° 14, 40^e législature, 3^e session, 11 mai 2010, 1210.

116 Témoignages, Comité, réunion n° 25, 40^e législature, 3^e session, 26 octobre 2010, 1540.

117 Témoignages, Comité, réunion n° 11, 40^e législature, 3^e session, 29 avril 2010, 1220.

118 Témoignages, Comité, réunion n° 14, 40^e législature, 3^e session, 11 mai 2010, 1125.

[...] il existe dorénavant une opposition entre les modèles d'entreprise traditionnels et les nouveaux modèles. Je fais notamment allusion au modèle dit de la longue traîne pour la distribution de certains produits, notamment les produits culturels. Il y a donc ces nouveaux modèles d'entreprise qui s'opposent de manière assez brutale aux modèles appliqués jusqu'ici¹⁰⁵.

Sylvie Courtemanche, vice-présidente des Relations gouvernementales chez Corus Entertainment Inc., a reconnu la difficulté que présente l'élaboration d'un nouveau modèle d'affaire lorsqu'elle a déclaré que : « Aujourd'hui, on n'a aucune idée du plan d'affaires, personne ne le connaît, mais on sait qu'on doit prendre des risques et s'essayer¹⁰⁶ ». Son collègue, M. Maavara, a rajouté que : « Nous devons pouvoir expérimenter, innover et réagir promptement pour saisir les nouvelles occasions. C'est notre seul moyen de découvrir ce que les consommateurs aiment et n'aiment pas¹⁰⁷ ». Ils ont également affirmé que Corus Entertainment doit faire concurrence à l'échelle internationale et que les marchés étrangers sont cruciaux¹⁰⁸. Pour accroître la possibilité de succès sur ces marchés toutefois, M^{me} Courtemanche a affirmé que le gouvernement devrait encourager « la création d'entreprises plus grandes et plus fortes¹⁰⁹ ».

Le Comité a également entendu que les médias numériques et émergents font qu'il est possible pour de petites entreprises de réussir sur la scène internationale. M. Levy de Score Media Inc., a signalé que : « Dans cet univers de nouveaux médias, le développement organique et fulgurant d'Internet a créé un environnement où, avec un peu de créativité, des petites entreprises telles que Score Media peuvent créer une entreprise mondiale¹¹⁰. »

Lors de sa comparution devant le Comité, Jeff Anders, président-directeur général et cofondateur de *The Mark News*, a expliqué qu'il met à l'essai des nouveaux modèles d'affaires afin de créer un service de presse innovateur. Il a décrit certaines des difficultés qu'il a vécues :

En qualité de représentant d'une communauté dynamique de nouvelles entreprises commerciales, je peux vous dire que la vie est dure sur le terrain. Il est très difficile de financer les nouvelles entreprises, surtout dans le monde des médias et de la formation. L'offre de capital-risque est à son niveau le plus bas depuis plus d'une décennie. Le financement gouvernemental, s'il est abondant, semble hors d'atteinte, ce qui est frustrant. Par exemple, après avoir examiné au moins 70 programmes différents de subventions, The Mark a constaté qu'il est admissible à très peu d'entre eux¹¹¹.

105	<i>Ibid.</i> , 1105.
106	<i>Témoignages</i> , Comité, réunion n° 16, 40° législature, 3° session, 25 mai 2010, 1240.
107	<i>Ibid.</i> , 1225.
108	<i>Ibid.</i> , 1215.
109	<i>Ibid.</i> , 1220.
110	<i>Témoignages</i> , Comité, réunion n° 15, 40° législature, 3° session, 13 mai 2010, 1125.
111	<i>Témoignages</i> , Comité, réunion n° 7, 40° législature, 3° session, 15 avril 2010, 1130.

M. Barrack de l'Association canadienne de production de films et de télévision qui a déclaré :

La question a également été soulevée par M. Bishop de marblmedia Inc.¹⁰¹ et par indépendants, qu'une partie de ces revenus va effectivement aller aux créateurs¹⁰⁰ utilisations. Nous voulons nous assurer, en collaboration avec les producteurs accord, le radiodiffuseur est le seul à percevoir les revenus provenant des nouvelles radiodiffuseurs et les producteurs au niveau des termes de l'échange, car faute d'un tel revenu n'alliant au producteur. Nous estimons qu'un accord devrait intervenir entre les émission de télévision en permettant le téléchargement à partir de la plate-forme iTunes,

le pense qu'il est important pour les entreprises et les diffuseurs d'être en mesure d'acquiescer des droits, parce que je pense qu'il est important de travailler en partenariat avec ces diffuseurs afin d'exploiter le mieux possible le contenu canadien dans une multitude de plates-formes. C'est ce que nous voulons. Nous voulons conclure ces ententes, mais elles doivent être équilibrées et justes et elles doivent assurer la conservation d'un secteur de production véritablement indépendant¹⁰².

Une question connexe est celle des droits non utilisés, c'est-à-dire les droits qu'un diffuseur achète, mais n'utilise pas. Dans une telle situation, selon Trevor Doerkssen, directeur général chez Mobovivo Inc. :

Les droits au contenu ne sont pas pleinement exploités pour les monétiser en entier. Cela a, bien sûr, une incidence sur notre entreprise. Cela a une incidence sur les consommateurs canadiens, mais ce que cela alimente surtout, c'est la consommation illégale. Si vous ne pouvez pas obtenir ce que vous voulez d'une source légale et que vous souhaitez consommer le produit sur votre téléphone ou votre ordinateur, il existe une source illégale toute faite de ce contenu, et qui est relativement facile à utiliser et laisse de l'argent sur la table¹⁰³.

3.7 Modèles d'affaires

De nombreux témoins ont parlé du défi que présente l'élaboration de modèles d'affaires fructueux pour les médias numériques et émergents. M. Pineau, de la Conférence canadienne des arts, a exprimé les vues de nombreux témoins lorsqu'il a affirmé que : « L'arrivée des technologies numériques a changé la façon dont les artistes produisent et la relation des institutions avec leurs publics. L'interactivité bouleverse les modèles d'affaires et modifie les modes de consommation des produits culturels¹⁰⁴. »

M. Jenkins, d'Open Text Corporation, a aussi commenté les changements qui ont une incidence sur les modèles d'affaires :

- | | |
|-----|---|
| 100 | <i>Ibid.</i> , 1125. |
| 101 | Témoignages, Comité, réunion n° 14, 40 ^e législature, 3 ^e session, 11 mai 2010, 1115. |
| 102 | Témoignages, Comité, réunion n° 13, 40 ^e législature, 3 ^e session, 6 mai 2010, 1200. |
| 103 | Témoignages, Comité, réunion n° 11, 40 ^e législature, 3 ^e session, 29 avril 2010, 1220. |
| 104 | Témoignages, Comité, réunion n° 15, 40 ^e législature, 3 ^e session, 13 mai 2010, 1202. |

3.6 Rémunération des créateurs

Comme nous avons pu le voir lors des témoignages sur les droits d'auteur, la rémunération des créateurs est un enjeu important pour de nombreux témoins. La reproduction et la diffusion non autorisées de documents protégés par droit d'auteur, aussi appelé piratage, ont constitué les principaux sujets de préoccupation.

Selon M. Geist, les créateurs peuvent être rémunérés par le marché, payés parfois selon les modes habituels, tandis qu'à d'autres moments, ils céderont leur propriété intellectuelle et seront payés d'autres façons. Il a ajouté qu'en cas d'échec sur le marché, une licence collective peut être octroyée⁹⁶.

M. McGarry de Jumpwire Media a fait valoir que l'une des façons de rémunérer les musiciens pour leur contenu en ligne, c'est par le biais de leurs données. Selon lui, les données associées au contenu en ligne — comme l'emplacement géographique de ceux qui téléchargent du contenu — peuvent effectivement être monayées. D'ailleurs, c'est ce que font déjà beaucoup d'artistes : « Je vois maintenant tous ces nouveaux groupes qui créent leur propre contenu. Ils le placent sur YouTube, ils le monnayent eux-mêmes. Ils n'ont pas besoin de maison de disques. Ils n'ont pas besoin du gouvernement. Ils n'ont besoin de personne⁹⁷. »

Toutefois, selon M. Rollans de Lone Pine Publishing, les éditeurs seront plus portés à participer aux médias numériques et émergents si la propriété intellectuelle est protégée et s'ils peuvent s'attendre à une certaine rémunération. Il a déclaré que :

[...] je crois que les éditeurs participeront avec plus de confiance aux activités numériques s'ils sont protégés adéquatement. Ils doivent pouvoir s'attendre à une rémunération raisonnable, à une plus grande accessibilité à leur œuvre en raison de sa forme numérique et, en quelque sorte, à l'amélioration de leurs possibilités d'affaires. Les affaires d'un éditeur touchent ses écrivains, ses concepteurs, ses réviseurs et ses vendeurs, ainsi que les détaillants. Les retombées sont considérables, et il est important de protéger ces personnes, à mon avis⁹⁸.

Plusieurs témoins ont soulevé la question des conditions de commerce, soit les accords qui interviennent entre les producteurs indépendants et les diffuseurs. M^{me} Parker, de la Writers Guild of Canada, a affirmé qu'une stratégie nationale sur le numérique doit appuyer des conditions de commerce qui permettront « aux créateurs de toucher une part équitable des revenus découlant de leur création⁹⁹ ». Elle a expliqué que :

Les radiodiffuseurs exigent des producteurs, sans augmentation de leur redevance, la reconnaissance de droits plus larges. Si, par exemple, un radiodiffuseur exploite une

96	Témoignages, Comité, réunion n° 3, 40 ^e législature, 3 ^e session, 25 mars 2010, 1140.
97	Témoignages, Comité, réunion n° 26, 40 ^e législature, 3 ^e session, 28 octobre 2010, 1645-1650.
98	Témoignages, Comité, réunion n° 8, 40 ^e législature, 3 ^e session, 20 avril 2010, 1130.
99	Témoignages, Comité, réunion n° 12, 40 ^e législature, 3 ^e session, 4 mai 2010, 1120.

M. Engelhart a dit ceci :
 92. En réponse aux questions, croissant que pose la contrefaçon et le piratage

Comme bien d'autres fournisseurs d'accès Internet, les négociations de l'ACRC nous préoccupent. Cet accord est censé porter sur la contrefaçon, mais il semble aller bien au-delà pour s'attaquer aux fournisseurs d'accès Internet et aux activités de téléchargement de nos clients.

Nous ne pensons pas qu'il soit pertinent de demander à ces fournisseurs de décider ce qui est légal et ce qui ne l'est pas. L'idée de devoir résilier le contrat de service en vertu d'une règle des trois fautes nous fait horreur. Nous ne voulons absolument pas faire ce genre de choses. Je compatis beaucoup avec les détenteurs de droits d'auteur qui estiment que leur contenu est volé. C'est un problème énorme. Par contre, je ne voudrais pas que, pour les défendre, on force les fournisseurs d'accès Internet à débrancher leurs clients ou à contribuer à leur incupation.

En revanche, M. Henderson de l'Association de l'industrie canadienne d'enregistrement dit qu'il préférerait s'en tenir à la règle des « trois fautes », qui, à ses yeux, est une façon péjorative de désigner ce qui est, en fait, une « réponse progressive⁹⁴ ». Il a en outre exprimé des doutes au sujet de l'efficacité de la méthode d'« avis et avis ».

On l'applique [la méthode d'« avis et avis »] en cas de téléchargement illégitime. [...] Nous envoyons un avis au fournisseur d'accès Internet qui, à son tour, envoie un avis à l'auteur du téléchargement. C'est tout. Les choses ne vont pas plus loin.

Certains pays, comme la France, se demandent si on ne devrait pas sanctionner le refus d'accepter un avis ou le fait de ne pas avoir modifié son comportement.

Quelle est mon opinion sur la procédure d'avis et avis? Je suppose qu'elle pourrait être un outil didactique hors pair. Est-elle la solution au problème? Fonctionne-t-elle? Les faits ont montré qu'elle est simplement sans effet⁹⁵.

La question de la responsabilité des FSI est abordée dans deux traités conclus en 1996 à l'Organisation mondiale de la propriété intellectuelle (OMPI) — aussi connus sous le nom de « traités de l'OMPI » — que le Canada n'a pas encore ratifiés. Un certain nombre de témoins sont d'avis que le Canada devrait mettre en œuvre ces traités. C'est le cas de M. Geist de l'Université d'Ottawa, de Google Inc., de la Writers Guild of Canada, de l'Association canadienne du logiciel de divertissement et Rogers Communications Inc.

92	Affaires étrangères et Commerce international Canada, « Accord commercial relatif à la contrefaçon », http://www.international.gc.ca/trade-agreements-accords-commerciaux/foi/intellect_property.aspx?lang=fra , consulté le 8 juin 2010.
93	Témoignages, Comité, réunion n° 14, 40 ^e législature, 3 ^e session, 11 mai 2010, 1135.
94	Témoignages, Comité, réunion n° 9, 40 ^e législature, 3 ^e session, 22 avril 2010, 1250.
95	Ibid., 1230.

M. Geist de l'Université d'Ottawa a pour sa part exprimé le point de vue suivant : « J'estime qu'une personne qui a acheté un CD devrait avoir le droit de transférer cette musique sur son iPod sans payer de redevance⁸⁸ ».

3.5.5 Responsabilité du fournisseur de services Internet

L'autre question soulevée par les témoins à propos du droit d'auteur a trait à la responsabilité des fournisseurs de services Internet (FSI) lorsqu'il y a atteinte au droit d'auteur. M. Geist a expliqué la méthode actuelle d'« avis et avis », qui est utilisée lorsque quelqu'un entreint le droit d'auteur. « Il s'agit, pour le détenteur du droit d'auteur, d'envoyer une notification au fournisseur d'accès Internet qui a alors l'obligation de transmettre cette notification à l'abonné. Ces notifications sont efficaces⁸⁹. » Il a ensuite évoqué d'autres approches utilisées pour traiter les cas de violation du droit d'auteur :

À mon avis, [le régime d'« avis et retrait »] en vigueur dans d'autres pays s'est révélé très problématique. Et pire encore, le modèle que certains pays ont commencé à expérimenter et qui consiste à exclure littéralement les gens d'Internet après trois infractions me paraît totalement disproportionné⁹⁰.

Kenneth Engelhart, vice-président principal à la Réglementation chez Rogers Communications Inc., souscrit lui aussi à la méthode d'« avis et avis » et s'il en juge par l'expérience de son entreprise :

[cette mesure a permis de mettre un terme à bien des téléchargements illégitimes. Les clients en sont désormais conscients. Ce peut être l'œuvre d'un adolescent, et papa ou maman a reçu le message et lui a dit d'arrêter.

Alors, nous pensons que c'est un type de mesure très utile. Nous le faisons actuellement, à grands frais. Ce n'est pas parfait, évidemment, mais nous pensons qu'il faudrait épuiser la gamme de mécanismes de ce genre avant d'adopter toute autre mesure plus radicale⁹¹.

M. Engelhart a aussi évoqué l'Accord commercial relatif à la contrefaçon (ACRC) que le gouvernement du Canada est en voie de négocier avec ses partenaires internationaux, notamment l'Australie, les membres de l'Union européenne, le Japon, la Nouvelle-Zélande et les États-Unis. Selon le gouvernement du Canada, l'ACRC « aurait pour objectif d'établir des normes internationales pour faire respecter les droits de propriété intellectuelle, afin de permettre une lutte plus efficace contre le problème

88	Témoignages, Comité, réunion n° 3, 40 ^e législature, 3 ^e session, 25 mars 2010, 1155.
89	Ibid., 1115.
90	Ibid., 1130.
91	Témoignages, Comité, réunion n° 14, 40 ^e législature, 3 ^e session, 11 mai 2010, 1140.

3.5.4 Redevance sur la copie pour usage privé

Plusieurs témoins ont parlé d'étendre l'application de la redevance pour la copie privée, actuellement perçue sur les cassettes audio vierges et les disques compacts enregistrables vierges, aux baladeurs numériques MP3. C'est l'idée défendue par la Writers Guild of Canada, par la Canadian Independent Music Association et par l'ACTRA, qui y voient une façon d'indemniser les créateurs. Stephen Waddell, directeur général national, a fait valoir que « [...] ce n'est pas un nouveau droit. Il s'agit simplement de mettre à jour quelque chose qui existe déjà. Si le gouvernement n'étend pas la perception des redevances pour la copie privée, alors, le gouvernement prend de l'argent dans les poches des artistes⁸³ ». En réponse aux questions, il a invoqué d'autres arguments, à savoir que :

[c]e moyen est économique. Il répartit les fonds aux producteurs et aux créateurs. C'est très efficace. De plus, il permet le changement de support, ce qui signifie que les consommateurs peuvent utiliser le contenu sur de multiples plateformes. Dans ce nouvel environnement numérique, ce moyen offre tout ce qu'une personne pourrait vouloir dans un système⁸⁴.

En revanche, Graham Henderson, président de l'Association de l'industrie canadienne de l'enregistrement, s'oppose à l'idée d'une redevance parce que, selon lui, « notre but est d'établir [...] un marché florissant de la musique numérique au Canada, qui permettra à tous les joueurs d'être justement rémunérés. Nous croyons qu'aucun système de redevances ne pourra jamais remplacer un tel marché⁸⁵ ». En réponse aux questions, il a précisé sa pensée en ces termes : « [n]ous n'appuyons pas des redevances qui blanchissent une musique acquise par des moyens illégaux et ainsi légalisent les copies [...] ce qui aurait pour effet de détruire notre marché⁸⁶. »

C'est aussi l'avis de Charlie Millar, directeur du Digital Business Development chez Warner Music Canada, qui estime que les redevances ne servent pas l'objectif de l'industrie qui vise à décourager ceux qui se livrent au piratage de musique : « Lorsqu'il est possible, à partir de n'importe quel clavier, d'aller sur n'importe quel site à n'importe quel moment pour télécharger ce que vous voulez, une redevance sur les dispositifs de stockage rapporte tout au mieux quelques sous. [...] mais du point de vue des pirates, cela ne règle pas le problème sous-jacent de comportement⁸⁷. »

83	Témoignages, Comité, réunion n° 10, 40 ^e législature, 3 ^e session, 27 avril 2010, 1150.
84	Ibid., 1215.
85	Témoignages, Comité, réunion n° 9, 40 ^e législature, 3 ^e session, 22 avril 2010, 1230.
86	Ibid., 1235.
87	Ibid., 1240.

Plusieurs témoins rejettent toutefois cette idée. À leurs yeux, la création d'une liste indicative créerait de l'ambiguïté et engagerait les créateurs dans d'interminables litiges. Voici comment Roanie Levy, avocate générale et directrice de la Politique des affaires extérieures chez Access Copyright, a justifié les préoccupations entretenues au sujet d'un possible élargissement de l'utilisation équitable au-delà des cinq activités mentionnées ci-haut :

L'ajout des mots « telles que » à la liste actuelle sur l'utilisation équitable transformerait cette liste exhaustive de cinq fins en liste indicative. Il s'agirait d'un changement considérable des dispositions canadiennes actuelles en matière d'utilisation équitable. Ce changement ne serait ni simple ni cumulatif, comme l'allèguent certains défenseurs d'une ouverture à cet égard.

Laissez-moi vous expliquer pourquoi. L'ajout des mots « telles que » crée une situation où tout le monde est perdant puisque tout devient incertain et matière à litiges coûteux. Effectivement, l'élargissement de la notion d'utilisation équitable [...] donne aux tribunaux le pouvoir de trancher une question qui devrait être déterminée par le Parlement.⁷⁹

Plusieurs autres témoins ont fait écho à ses préoccupations, notamment la Société québécoise de gestion collective des droits de reproduction, l'Alliance of Canadian Cinema, Television and Radio Artists (ACTRA), la Société québécoise des auteurs dramatiques et la Writers Guild of Canada. Par exemple, Marie-Louise Nadeau, directrice et auteure dramatique membre de la Société québécoise des auteurs dramatiques, a déclaré ce qui suit :

Nous sommes persuadés qu'élargir l'utilisation équitable, en plus de provoquer une confusion certaine chez les utilisateurs déjà perplexes face aux actuelles exceptions, serait dramatique — excusez le jeu de mots — pour les auteurs et pour notre petit organisme voué à la défense de leurs droits.

Nous n'avons pas les ressources financières et humaines nécessaires pour prouver, au cas par cas, que tel organisme a erré ou mal interprété l'utilisation équitable.⁸⁰

Sur la question de la création d'une exemption applicable aux utilisations à des fins expressément pédagogiques, M. Rollans de Lone Pine Publishing a déclaré qu'« une exception concernant le milieu de l'enseignement casserait sans aucun doute les prix du secteur de l'édition scolaire⁸¹ ». Mme Côté de l'Association nationale des éditeurs de livres, a elle aussi abondé dans le même sens, lorsqu'elle a dit : « nous avons la conviction qu'il s'agirait d'un élargissement indu et que ce dernier donnerait lieu à toutes les formes possibles de circulation. Nous sommes persuadés que ça affaiblirait sérieusement la production canadienne-française, précisément⁸² ».

79	Témoignages, Comité, réunion n° 8, 40 ^e législature, 3 ^e session, 20 avril 2010, 1115.
80	<i>Ibid.</i> , 1140.
81	<i>Ibid.</i> , 1135.
82	Témoignages, Comité, réunion n° 7, 40 ^e législature, 3 ^e session, 15 avril 2010, 1145.

[...] On proposait de s'assurer qu'il y aurait une déclaration claire [dans la Loi sur le droit d'auteur] selon laquelle ces fournisseurs d'outils de repérage de contenu agissent illégalement et que, pour ceux qui choisissent de protéger leur contenu, la façon de contourner le contenu soit rendue illégale⁷⁵.

D'autres témoins ont émis des réserves au sujet des serrures numériques. Par exemple, M^{me} Kelly de l'Association canadienne des bibliothèques a dit craindre que l'on « confère aux détenteurs de droits d'auteur de matériel en format électronique des pouvoirs presque illimités pour déterminer les conditions dans lesquelles les gens pourront utiliser ce matériel⁷⁶ ».

3.5.3 Utilisation équitable

Plusieurs témoins ont soulevé la question de l'utilisation équitable. Qu'est-ce que l'utilisation équitable? Voici ce que dit à ce sujet le site Web du gouvernement du Canada sur la réforme du droit d'auteur :

L'utilisation équitable est une disposition de longue date de la Loi sur le droit d'auteur qui permet l'utilisation d'œuvres protégées d'une manière qui apporte des avantages à la société sans porter indûment atteinte aux titulaires du droit d'auteur.

À l'heure actuelle, l'utilisation équitable des œuvres protégées est limitée aux cinq activités suivantes : la recherche, l'étude personnelle, la publication de reportages, la critique et l'examen⁷⁷.

D'un côté, certains témoins, comme M. Geist de l'Université d'Ottawa, M. Glick de Google Inc. et M. Gaylor de EyeSteelFilm Inc., ont plaidé en faveur d'un élargissement de la liste des activités considérées comme étant une utilisation équitable. M. Geist a expliqué sa position de la façon suivante :

Nous reconnaissons tous, actuellement, que cela pose un problème. Des activités courantes comme l'enregistrement d'émissions de télévision ou le changement de support ne sont pas couvertes. Cela n'inclut pas certaines activités artistiques comme la parodie. Certaines utilisations didactiques ne sont pas couvertes et les entreprises novatrices ne peuvent pas non plus compter sur une exemption. Cela touche au cœur de la création de nouveaux médias.

La solution que je proposerais est que je crois simple et directe, consiste à ajouter les mots « telles que » afin que la liste des utilisations équitables soit donnée à titre d'exemple au lieu d'être limitative, ce qui l'assouplirait sans compromettre l'équité, ce qui est crucial⁷⁸.

- | | |
|----|--|
| 75 | Témoignages, Comité, réunion n° 12, 40 ^e législature, 3 ^e session, 4 mai 2010, 1225. |
| 76 | Témoignages, Comité, réunion n° 25, 40 ^e législature, 3 ^e session, 26 octobre 2010, 1555. |
| 77 | Gouvernement du Canada, « La modernisation du droit d'auteur : Questions et réponses », http://strategis.ic.gc.ca/eic/site/crp-prda.nsf/tra/tp01153.html , consulté le 8 juin 2010. |
| 78 | Témoignages, Comité, réunion n° 3, 40 ^e législature, 3 ^e session, 25 mars 2010, 1115. |

Plusieurs autres témoins demandent quant à eux à ce que les œuvres de création soient clairement protégées. C'est le cas, par exemple, de Graham Henderson, président de l'Association de l'industrie canadienne de l'enregistrement :

D'après moi, la prémisse est très simple. Nous devons délimiter les comportements licites et illicites, bien les distinguer et bien expliquer aux Canadiens ce qui est bien et ce qui est mal.⁷¹

En fait, selon Darlene Gilliland, directrice du Digital Business Development chez Universal Music Canada, à cause du piratage, le marché numérique au Canada platonne bien en dessous de son potentiel et cela est attribuable « en grande partie à l'absence d'un régime solide de droits d'auteur et de protection des œuvres des créateurs dans notre pays, et cette lacune est évidente lorsqu'on compare le Canada avec d'autres pays.⁷² Il y a longtemps que ces derniers ont mis en place des mesures de protection. M. Rollands de Lone Pine Publishing a lui aussi abondé dans le même sens lorsqu'il a affirmé que son entreprise avait entre 300 et 400 ouvrages sous forme numérique, mais qu'elle ne les diffusait pas parce que les règles du marché manquent de clarté. Il a ensuite ajouté que :

Si le Canada veut se démarquer en tant que chef de file dans l'économie numérique, je crois qu'il doit paver la voie à la protection des droits d'auteur pour les producteurs de ressources originales. Cela comprend les écrivains, les artistes visuels et les éditeurs, qui sont les créateurs de ces ressources. Si les producteurs ont des droits d'auteur et peuvent se fier aux règles du marché, je crois qu'ils deviendront des participants très enthousiastes.⁷³

En ce qui concerne les moyens techniques pour protéger le contenu, M. Kee de l'Association canadienne du logiciel de divertissement a expliqué l'utilisation que font les fabricants de logiciels de divertissement des mesures de gestion des droits numériques, aussi connues sous le nom de mesures de protection technologiques ou serrures numériques. Il a indiqué qu'en plus d'offrir une protection contre le piratage, ces mesures servent à différencier les produits. Il a résumé la situation en ces termes :

[Les mesures de protection technologiques sont] des pierres angulaires de notre industrie. Elles ont beaucoup contribué à notre succès car elle nous permet d'élargir la gamme de nos produits. Si vous souhaitez obtenir la version d'essai d'un jeu ou si vous souhaitez louer un jeu pour quelque temps seulement, ou l'acheter après coup, ces mécanismes vous permettent de choisir.⁷⁴

Brigitte Doucet, directrice générale adjointe de l'Association des producteurs de films et de télévision du Québec, a elle aussi abordé la question des mesures de protection technologiques ainsi que celles des sites Web qui permettent l'échange illégal de fichiers. Voici ce qu'elle a dit à ce propos :

71	<i>Ibid.</i> , 1220.
72	<i>Ibid.</i> , 1200.
73	Témoignages, Comité, réunion n° 8, 40 ^e législature, 3 ^e session, 20 avril 2010, 1130.
74	Témoignages, Comité, réunion n° 12, 40 ^e législature, 3 ^e session, 4 mai 2010, 1255.

3.5 Droit d'auteur

3.5.1 Introduction

La réforme du droit d'auteur est une question qui, aux yeux de bien des témoins, doit être prise en considération dans le contexte de l'essor des médias numériques et émergents. Il y a lieu de noter que la plupart des audiences du Comité se sont tenues durant la période qui a précédé le dépôt, le 2 juin 2010, d'un projet de loi visant à modifier la Loi sur le droit d'auteur.

Les témoins ont exprimé de multiples inquiétudes au sujet du droit d'auteur. Certains ont insisté sur la nécessité de réagir au piratage et de protéger l'œuvre des créateurs. D'autres ont réclamé un assouplissement des restrictions applicables à l'utilisation des documents protégés par le droit d'auteur afin d'encourager l'innovation. Plusieurs témoins ont parlé de la nécessité de pouvoir se reporter à des règles claires pour élaborer leurs modèles d'affaires. Les rubriques suivantes traitent de quelques-unes des principales questions soulevées à propos du droit d'auteur.

3.5.2 Protection des œuvres de création

Le Comité a entendu différents points de vue au sujet de la protection des œuvres de création. D'une part, il y a ceux qui estiment que leurs œuvres de création devraient pouvoir être réutilisées. Ce point de vue, qui se fonde sur ce que nous appelons souvent les « droits de l'utilisateur », est celui exprimé par Brett Gaylor, documentariste d'EyesWideFilm Inc., lorsqu'il dit :

[...] notre régime de droits d'auteur est foncièrement brisé. Il n'a aucun sens pour ceux d'entre nous qui sommes nés dans le monde du numérique. Dans le cadre juridique actuel, toute une génération de gens qui vivent la culture d'une manière qui leur semble aussi naturelle qu'ouvrir un robinet a le sentiment de commettre chaque fois un acte criminel. En outre, ce cadre criminalise et, dans certains cas, lorsque cela est associé aux technologies de gestion des droits numériques, empêche la réutilisation créative et l'expression de la culture⁶⁹.

D'autre part, il y a ceux qui, comme Loreena McKennitt, présidente de Quinlan Road Limited, réproouvent l'approche privilégiant les « droits de l'utilisateur » :

À mon avis, il faut être extrêmement prudent avec ce genre de langage, car dans les faits, il ne s'agit pas de droits d'usage, mais de permissions. Quand on aura établi clairement qu'il n'existe pas de droits d'usage, ou que les consommateurs ne sont pas propriétaires de la musique achetée sur CD ou par téléchargement numérique, on pourra arrêter de s'inquiéter de la meilleure façon de retrouver l'équilibre entre les différents droits. Les permissions d'usage et les conditions d'utilisation à des fins personnelles permettent au public de faire à peu près tout ce qu'il veut avec les produits qu'il achète⁷⁰.

69	Témoignages, Comité, réunion n° 7, 40 ^e législature, 3 ^e session, 15 avril 2010, 1135.
70	Témoignages, Comité, réunion n° 9, 40 ^e législature, 3 ^e session, 22 avril 2010, 1210.

pour que son économie numérique se développe. D'autre part, la population doit être rompue à l'utilisation des technologies numériques pour pouvoir tirer parti des médias numériques et émergents.

En ce qui concerne la connaissance des technologies numériques, M. Jenkins de Open Text Corporation, a dit qu'il venait d'assister à la conférence Canada 3.0 à Stratford, en Ontario, et que même si les 2 000 participants avaient abordé de nombreux enjeux,

[l]a littératie numérique n'a, elle, fait l'objet d'aucun débat. Or, il est clair qu'il nous faut instaurer un programme de littératie numérique, comme il y a 100 ans nous avons dû faire un effort d'alphabétisation alors que la population quittait les campagnes pour s'installer dans les villes où les gens devaient savoir lire pour occuper les nouveaux emplois.⁶⁵

Selon M^{me} Kopak du Great Northern Way Campus, les élèves des écoles secondaires « fourmillent d'idées pour façonner notre avenir », mais nous devons faire en sorte que « nos réseaux d'éducation permettent à ces jeunes gens de développer de nouvelles idées⁶⁶ ».

Exprimant le point de vue de l'industrie, M. Proulx de l'Alliance numérique — Réseau de l'industrie numérique du Québec, a dit qu'il fallait « viser l'excellence de la main-d'œuvre » et « doter les institutions d'enseignement supérieur d'infrastructures à la fine pointe de la technologie, encore une fois afin d'offrir une meilleure formation aux gens de l'industrie⁶⁷ ».

Du côté des artistes, M. Pineau de la CCA a tenu les propos suivants :

Pour affronter la concurrence dans un marché ouvert, les artistes et les administrateurs artistiques doivent des maintenant acquérir de nouvelles connaissances. Ceux qui savent manier les moyens de commercialisation numériques, et les médias sociaux auront plusieurs longueurs d'avance lorsqu'il s'agit de promouvoir, de présenter et de professionnaliser leur pratique artistique. Il va donc falloir accorder davantage d'importance à la formation des jeunes artistes et des jeunes créateurs, afin de leur inculquer, non seulement les nécessaires connaissances numériques, mais également les éléments de base de l'entrepreneuriat.

Une économie de la connaissance est une économie qui ne manquera jamais de matière première. Étant donné les départs à la retraite, il nous faut des maintenant investir dans des programmes de transfert des connaissances, des programmes de mentorat et d'apprentissage dans les industries culturelles et dans les arts⁶⁸.

65	Témoignages, Comité, réunion n° 15, 40 ^e législature, 3 ^e session, 13 mai 2010, 1105.
66	Témoignages, Comité, réunion n° 28, 40 ^e législature, 3 ^e session, 4 novembre 2010, 1550.
67	Témoignages, Comité, réunion n° 14, 40 ^e législature, 3 ^e session, 11 mai 2010, 1210.
68	Témoignages, Comité, réunion n° 15, 40 ^e législature, 3 ^e session, 13 mai 2010, 1210.

3.3 Accès Internet à large bande

Beaucoup de témoins ont dit au Comité que l'accès Internet à large bande pour tous les Canadiens est essentiel à l'essor de l'industrie numérique. Au dire d'autres témoins, la capacité des Canadiens de participer à l'économie numérique en dépend.

Aux yeux de M. Gaffield du CRSH, par exemple, l'accès Internet à large bande « est devenu une question d'intégrité sociale, économique et culturelle », parce que « ceux qui ont accès aux nouveaux médias et qui ont la capacité de les utiliser sont très avantagés par rapport aux autres⁶¹ ». À ce sujet, Mme Kelly de l'Association canadienne des bibliothèques a apporté la précision suivante :

Certes, l'accès à Internet à large bande dans les régions rurales est un défi qui peut avoir une incidence sur la capacité de tirer profit des médias numériques. Il est tout aussi important de reconnaître que même si la plupart des villes canadiennes ont une largeur de bande suffisante, les centres urbains sont aussi des endroits où les moins nantis, les nouveaux Canadiens et les personnes ayant des besoins spéciaux et nécessitant certains services ont tendance à se concentrer. Ces Canadiens n'ont souvent pas les moyens de se payer l'accès large bande, même si celui-ci est physiquement disponible pour eux⁶².

Exprimant le point de vue de l'industrie, M. Kee, de l'Association canadienne du logiciel de divertissement, a dit ceci :

[...] l'accès à prix raisonnable à une infrastructure à large bande, soit filaire soit sans fil, est essentiel au développement de nouveaux produits, de nouveaux services et de nouvelles méthodes de distribution en ligne, l'évolution de ces divers éléments ayant à leur tour pour effet de stimuler le recours au haut débit qui est, lui aussi, un facteur de développement. L'accès à une infrastructure à large bande est essentiel aux jeux en ligne ainsi qu'à la distribution numérique de ces jeux et revêt pour la prospérité de l'industrie du logiciel de divertissement une importance essentielle⁶³.

Selon M. McKie de la Canadian Independent Music Association, toutefois, le Canada a pris du retard par rapport aux autres pays de l'Organisation de coopération et de développement économiques (OCDE) pour ce qui est du coût par personne et de la vitesse de réseau⁶⁴.

3.4 Formation

De la même façon, la formation et l'acquisition de compétences numériques sont, aux yeux de nombreux témoins, essentielles pour permettre au Canada de développer et d'utiliser les médias numériques et émergents. Deux aspects sont à prendre en considération à cet égard. D'une part, le Canada a besoin d'une main-d'œuvre qualifiée

- | | |
|----|---|
| 61 | <i>Témoignages</i> , Comité, réunion n° 32, 40 ^e législature, 2 ^e session, 27 octobre 2009, 1215. |
| 62 | <i>Témoignages</i> , Comité, réunion n° 25, 40 ^e législature, 3 ^e session, 26 octobre 2010, 1555. |
| 63 | <i>Témoignages</i> , Comité, réunion n° 12, 40 ^e législature, 3 ^e session, 4 mai 2010, 1235. |
| 64 | <i>Témoignages</i> , Comité, réunion n° 26, 40 ^e législature, 3 ^e session, 28 octobre 2010, 1630. |

[...] il sera nécessaire de remanier les institutions que nous utilisons pour le stockage et l'archivage des connaissances. À l'aube du XXII^e siècle, la bibliothèque sera vraisemblablement un lieu très différent de celui que nous connaissons aujourd'hui : elle sera remplie d'objets virtuels et de livres à quatre dimensions qui communiquent entre eux⁵⁵.

Lors de sa comparution devant le Comité, M. Caron de Bibliothèque et Archives Canada, a expliqué que : « [...] le patrimoine documentaire est la pierre angulaire de la littérature et même de la démocratie canadienne. En prenant soin de choisir, d'acquiescer et de conserver les documents les plus importants et les plus pertinents, nous nous assurons qu'ils seront disponibles pour les Canadiens qui voudront les consulter à travers le temps⁵⁶. » Il a aussi souligné que le contenu numérique pourra servir à de multiples applications et usages, dont certains sont encore inconnus⁵⁷. Il a par ailleurs formulé l'observation suivante :

Réaliser notre mandat en cette nouvelle ère numérique présente des défis et des possibilités que nous n'avons jamais imaginés jusqu'ici. Comme vous le savez, la technologie de l'information est en constante évolution. Elle a fondamentalement changé la manière dont les Canadiens produisent et conservent leur information. De plus, les Canadiens veulent pouvoir y accéder n'importe où et en tout temps⁵⁸.

À propos des défis qui se posent aux bibliothèques et aux archives, voici ce qu'il a dit :

Afin de tirer tous les fruits de la révolution technologique, nous devons trouver le moyen d'identifier et de préserver le contenu des médias sociaux comme Facebook et MySpace. Nous devons nous ouvrir et donner accès à nos collections numériques et numérisées aux industries culturelles canadiennes, aux généalogistes, aux historiens, aux juristes et au grand public. Ce faisant, nous offrons un accès direct, d'un océan à l'autre, à des ressources publiques souvent inexploitées⁵⁹.

La numérisation des archives comporte toutefois sa part de difficultés. Comme l'a souligné M. Mattocks de CBC/Radio-Canada : « En réalité, nous disposons d'archives considérables, mais l'accès à ces archives est restreint par deux facteurs. Premièrement, il y a les droits [...] et, deuxièmement, le coût de la numérisation du contenu et de l'élaboration d'une forme de plate-forme numérique. » Il a fait savoir que CBC/Radio-Canada numérise le contenu de ses archives au besoin, mais que son objectif global n'est pas nécessairement de numériser tout le contenu⁶⁰.

55	<i>Témoignages</i> , Comité, réunion n° 10, 40 ^e législature, 3 ^e session, 27 avril 2010, 1230.
56	<i>Témoignages</i> , Comité, réunion n° 12, 40 ^e législature, 3 ^e session, 4 mai 2010, 1110.
57	<i>Ibid.</i> , 1115.
58	<i>Ibid.</i> , 1110.
59	<i>Ibid.</i> , 1115.
60	<i>Témoignages</i> , Comité, réunion n° 27, 40 ^e législature, 3 ^e session, 2 novembre 2010, 1635.

3.1 Introduction

Comme il est mentionné précédemment, le Comité a recueilli des témoignages sur la façon dont les médias numériques et émergents transforment l'univers médiatique et sur la façon dont les Canadiens tirent leur épine du jeu dans ce nouveau contexte. Le Comité a également pu se rendre compte des défis que posent les médias numériques et émergents aux entreprises et institutions culturelles dans un certain nombre de domaines.

3.2 Patrimoine numérique

Plusieurs témoins ont parlé des difficultés posées par la numérisation et la préservation de notre patrimoine documentaire. Lors de la première audience préliminaire du Comité sur les médias numériques et émergents, M. Gaffield du CRSH a insisté sur l'importance du contenu numérique canadien pour assurer l'avenir numérique du Canada. Pour former des citoyens et des dirigeants avertis, il faut instaurer une culture numérique avec « accès facile à un contenu canadien — historique, contemporain, économique, social et culturel », soutient M. Gaffield. C'est pourquoi « il faut rassembler, préserver et rendre accessibles aux entreprises, aux établissements d'éducation, aux administrations publiques et à la société en général les contenus canadiens⁵¹ ». Ian Wilson, conseiller stratégique à l'Université de Waterloo, estime toutefois que « moins de 4 p. 100 de ce que le Canada a publié est actuellement disponible en ligne⁵² ».

M. Perlmutter de l'ONF a dit craindre que le contenu numérique canadien soit acheté par d'autres pays et a cité, à cet égard, l'exemple de Flickr qui a été acheté par Yahoo et dont le contenu a migré des serveurs canadiens vers les serveurs américains. Selon lui, « [il] nous faut réfléchir à la façon de veiller à ce que la vaste richesse de contenu existant générée par les secteurs public et privé, souvent avec des subventions publiques, puisse être numérisée et mise à la disposition des Canadiens⁵³ ». M. Perlmutter a toutefois pris soin de souligner que dans le cas de l'ONF, « avec les ressources dont nous disposons actuellement, avec nos fonds opérationnels, ça va nous prendre 20 ans, s'il n'y a pas de changements technologiques⁵⁴ ».

John Bonnett, professeur de l'Université Brock qui a fait une présentation au Comité sur l'utilisation d'un logiciel de visualisation en trois dimensions, a déclaré qu'en raison de ces transformations :

51	<i>Témoignages</i> , Comité, réunion n° 32, 40 ^e législature, 2 ^e session, 27 octobre 2009, 1130.
52	<i>Témoignages</i> , Comité, réunion n° 25, 40 ^e législature, 3 ^e session, 26 octobre 2010, 1545.
53	<i>Témoignages</i> , Comité, réunion n° 11, 40 ^e législature, 3 ^e session, 29 avril 2010, 1135.
54	<i>Ibid.</i> , 1155.

avantages dont jouit le Canada et qui lui ouvrent de nouvelles perspectives, il a cité notre système d'éducation de qualité supérieure, notre adhésion à la primauté du droit et à la bonne gouvernance de même que notre bilinguisme et notre multiculturalisme⁴⁷.

Gavin McGarry de Jumpwire Media a fait écho à ces observations et souligné que les Canadiens sont des utilisateurs enthousiastes des médias numériques. À ses yeux, le succès du Canada tient à la question « de savoir comment nous allons réussir à exploiter le fait que nous sommes l'un des pays les plus diversifiés au monde sur le plan culturel et les plus avancés sur le plan du numérique⁴⁸ ». Pour Jeannette Kopak du Great Northern Way Campus, l'une des façons d'y arriver consisterait à mettre en place des collaborations à distance⁴⁹.

Selon Jean-Pierre Blais, sous-ministre adjoint aux Affaires culturelles au ministère du Patrimoine canadien, de nombreux pays considèrent le Canada comme un leader dans le domaine des médias numériques et émergents. Il a fait observer que Montréal et Vancouver sont les troisième producteurs de jeux vidéos en importance au monde et que le Canada est le deuxième exportateur de talents musicaux en importance au monde⁵⁰.

47	<i>Témoignages</i> , Comité, réunion n° 25, 40 ^e législature, 3 ^e session, 26 octobre 2010, 1535.
48	<i>Témoignages</i> , Comité, réunion n° 26, 40 ^e législature, 3 ^e session, 28 octobre 2010, 1640.
49	<i>Témoignages</i> , Comité, réunion n° 28, 40 ^e législature, 3 ^e session, 4 novembre 2010, 1605.
50	<i>Ibid.</i> , 1650.

dans toute une gamme de disciplines⁴⁰ ». M. Proulx de l'Alliance numérique — Réseau de l'industrie numérique du Québec a signalé que Montréal est un grand centre de production de jeux vidéo et compte pour la moitié de ces emplois.

Le Comité a entendu par ailleurs des professeurs d'université qui se servent des médias électroniques dans leurs travaux de recherche. M. Bonnett de l'Université Brock a décrit un projet de recherche permettant de créer des modèles à trois dimensions d'édifices patrimoniaux et a montré au Comité une représentation informatisée de la rue Sparks à Ottawa en 1878⁴¹. Steven High, titulaire de la chaire de recherche du Canada en histoire publique au département d'histoire de l'Université Concordia, a expliqué que la technologie numérique était en train de transformer l'histoire orale grâce à l'emploi de logiciels qui permettent de consulter et de classer les entrevues⁴².

Kelly Moore de l'Association canadienne des bibliothèques a donné un autre exemple de succès obtenu dans le domaine des médias numériques et émergents lorsqu'elle a évoqué les systèmes de métadonnées — c'est-à-dire des données qui définissent et décrivent d'autres données⁴³ — mis au point par les bibliothécaires et grâce auquel il est possible de récupérer des images numériques. Grâce à ce système, les chercheurs peuvent « accéder à des fichiers numériques conservés dans plusieurs collections différentes, grâce à une recherche unique⁴⁴ ». Duncan McKie de la Canadian Independent Music Association a parlé des succès obtenus par les producteurs canadiens dont le catalogue d'œuvres musicales est numérisé et qui peuvent ainsi « diffuser leurs œuvres dans le monde entier sous forme numérique, dans les formats adéquats et avec des métadonnées permettant de suivre l'évolution des ventes et de la diffusion⁴⁵ ».

On a dit au Comité que, dans certains cas, le succès avait des conséquences imprévues. Ainsi, M. Geist de l'Université d'Ottawa a signalé que certains sites Web créés au Canada avaient été achetés par des sociétés américaines. Il a mentionné notamment Club Penguin, un site Web pour enfants qui a été acheté par Disney, et Flickr, un site de photographie en ligne qui a été acheté par Yahoo⁴⁶.

De façon plus générale, certains témoins ont affirmé que le Canada offre les conditions nécessaires à la progression des médias numériques et émergents. Kenneth Coates, doyen des Arts à l'Université de Waterloo, est d'avis que le Canada tire un avantage concurrentiel important de sa production culturelle. Au nombre des autres

40	Témoignages, Comité, réunion n° 16, 40 ^e législature, 3 ^e session, 4 mai 2010, 1230.
41	Témoignages, Comité, réunion n° 10, 40 ^e législature, 3 ^e session, 27 avril 2010, 1230.
42	Témoignages, Comité, réunion n° 14, 40 ^e législature, 3 ^e session, 11 mai 2010, 1200.
43	Secrétariat du Conseil du Trésor du Canada, Direction du dirigeant principal de l'information, « Métadonnées », http://www.lbs-sct.gc.ca/lm-g/lmrc-crgi/metadonnees-tra.asp , consulté le 29 novembre 2010.
44	Témoignages, Comité, réunion n° 25, 40 ^e législature, 3 ^e session, 26 octobre 2010, 1550.
45	Témoignages, Comité, réunion n° 26, 40 ^e législature, 3 ^e session, 28 octobre 2010, 1530.
46	Témoignages, Comité, réunion n° 3, 40 ^e législature, 3 ^e session, 25 mars 2010, 1135.

du contenu au format numérique et souligné qu'Harlequin Romance (Harlequin Enterprises Limited) est la maison d'édition la plus avancée dans ce domaine³⁵.

Quand Mark Bishop, associé et producteur chez marbledmedia Inc., a comparu devant le Comité, il a décrit la croissance de son entreprise, dont l'effectif est passé de deux à trente salariés à temps plein en neuf ans. Il a précisé que son entreprise génère de 15 à 20 millions de dollars de recettes de production annuellement et expliqué les raisons de son succès :

Dès le premier jour, l'entreprise s'est axée sur le contenu, sur la narration d'histoires qui amènent l'auditeur sur des plateformes multiples. Nous avons repoussé les limites de l'expérimentation avec les nouvelles plateformes depuis la création de l'entreprise : haute définition, télévision sur le Web, téléphone cellulaire, technologie convergente, transmédia et j'en passe. Nous avons tout fait³⁶.

Une autre entreprise s'est bien adaptée à l'évolution des médias : Score Media Inc. M. Levy, le président-directeur général de l'entreprise, a parlé au Comité des efforts déployés par son entreprise pour atteindre son auditoire cible sur de nouvelles plateformes. Score Media exploite une chaîne de télévision, Score Television Network, un service national spécialisé de sport, d'actualités et d'information, ainsi qu'Hardcore Sports Radio, une chaîne de radio parlée par satellite. En juin 2009, l'entreprise a lancé ScoreMobile, une application qui est devenue le numéro un mondial des applications sportives gratuites destinées au BlackBerry. Cette application et son pendant pour l'iPhone attirèrent plus de 1,3 million de visiteurs uniques par mois qui visionnent plus de 50 millions de pages³⁷.

Le Comité a aussi entendu M. Maavara de Corus Entertainment Inc., qui lui a parlé de Nelvana, une entreprise de production d'émissions d'animation pour enfants appartenant à Corus qui fournit du contenu canadien à des chaînes à plateformes multiples comme KidsCo en Europe, en Asie et en Afrique et qubo.com aux États-Unis. L'entreprise a aussi une stratégie de téléchargement numérique directement aux consommateurs³⁸. M. Maavara a dit aussi que « nous [au Canada] sommes vraiment vraiment bons dans ce domaine. Nous faisons partie des meilleurs conteurs d'histoires au monde. La seule contrainte que nous avons au Canada, c'est la taille de notre marché intérieur³⁹ ».

Quant à l'industrie du jeu vidéo, M. Kee, directeur de la politique et des affaires juridiques à l'Association canadienne du logiciel de divertissement, a dit que le secteur canadien du jeu vidéo « génère environ 3,5 milliards de dollars en recettes annuelles et emploie de manière directe ou indirecte plus de 14 000 professionnels bien rémunérés

- | | |
|----|---|
| 35 | Témoignages, Comité, réunion n° 28, 40 ^e législature, 3 ^e session, 4 novembre 2010, 1550. |
| 36 | Témoignages, Comité, réunion n° 14, 40 ^e législature, 3 ^e session, 11 mai 2010, 1110. |
| 37 | Témoignages, Comité, réunion n° 15, 40 ^e législature, 3 ^e session, 13 mai 2010, 1115. |
| 38 | Témoignages, Comité, réunion n° 16, 40 ^e législature, 3 ^e session, 25 mai 2010, 1215. |
| 39 | Ibid., 1230. |

accès à des reportages, pour avoir accès à des personnages. Bien sûr, les jeunes gens en particulier ont été des leaders dans l'espace numérique. Nous trouvons des façons de composer avec cette réalité et [...] de l'aborder avec succès³⁰.

2.2 Réussites

On a aussi beaucoup parlé au Comité de réussites d'entreprises canadiennes à l'ère du numérique et des nouveaux médias.

Par exemple, plusieurs témoins ont parlé de l'ONF, qui numérise ses films et les offre sur Internet. Quand il a comparu, le président de l'ONF, M. Perlmutter, a donné des précisions sur cette réussite :

Depuis le lancement de la salle de visionnement nationale de l'ONF au début de l'année dernière, nous avons enregistré plus de cinq millions de visionnements de films de l'ONF. En octobre, nous avons lancé notre application iPhone, qui s'est rapidement fait des adeptes. iTunes a dit de cette application qu'elle comptait parmi les 10 meilleures de l'année. En l'espace de moins de six mois, 700 000 films ont été visionnés sur iPhone. Nous sommes prêts à nous lancer sur le iPad lorsque celui-ci arrivera au Canada. ONF.ca a été la première plateforme en Amérique du Nord pour le visionnement d'œuvres en langue française réalisées par des créateurs francophones³¹.

La directrice générale de Téléfilm Canada, Carole Brabant, se réjouit d'initiatives comme *Elephant : mémoire du cinéma québécois* de Quebecor et TOUTV de Radio-Canada. Selon elle, ces initiatives « mettent un trésor d'émissions et de films canadiens à la disposition des citoyens du Canada³² ».

Pour sa part, le fondateur et coordonnateur national d'OpenMedia.ca, Steve Anderson, a mentionné d'autres réussites comme CBC Radio 3, les projets de vidéo numérique de CBC, *The Tyee*, un site indépendant de nouvelles en ligne et Rabbie.ca, une organisation indépendante de nouvelles en ligne multimédias³³.

M^{me} Parker de la Writers Guild of Canada, a signalé le succès que remporte une série originale diffusée sur le Web intitulée *My Pal Satan*³⁴. Pour sa part, John Barrack, chef des opérations et directeur des affaires juridiques à l'Association canadienne de production de films et de télévision, a mentionné des émissions à plateformes multiples comme *regenesistv.com* de Xenophile Media et Shattsbury Films, *Degrassi: The Next Generation* d'Epitome Pictures, et *thisisdanielcook.com* de marbledmedia. Michael O'Hearn de l'Association of Canadian Publishers a affirmé que les éditeurs réussissent à convertir

30	<i>Témoignages</i> . Comité, réunion n° 27, 40 ^e législature, 3 ^e session, 2 novembre 2010, 1625.
31	<i>Témoignages</i> . Comité, réunion n° 11, 40 ^e législature, 3 ^e session, 29 avril 2010, 1135.
32	<i>Témoignages</i> . Comité, réunion n° 13, 40 ^e législature, 3 ^e session, 6 mai 2010, 1225.
33	<i>Témoignages</i> . Comité, réunion n° 10, 40 ^e législature, 3 ^e session, 27 avril 2010, 1255.
34	<i>Témoignages</i> . Comité, réunion n° 12, 40 ^e législature, 3 ^e session, 4 mai 2010, 1120.

type de concentration « habituellement dans les endroits où il y a une concentration préexistante d'entreprises connexes. Ce sont des industries créatives, comme la production cinématographique, la télévision et la télédiffusion²³ ». Jason Kee, directeur de la politique et des affaires juridiques à l'Association canadienne du logiciel de divertissement, nous a dit que ces concentrations d'entreprises créatives sont importantes pour le secteur du jeu parce qu'elles « ne sont pas seulement les lieux où se rassemblent les artistes, mais également les lieux [...] où les technologies numériques sont les plus présentes et que beaucoup d'établissements d'enseignement s'y trouvent aussi et produisent énormément de diplômés de fort calibre²⁴ ».

On a fait valoir au Comité que les médias numériques et émergents avaient profondément transformé l'univers médiatique, mais on lui a dit aussi que les médias traditionnels n'avaient pas disparu pour autant et qu'il y avait des chevauchements. M. Kee, par exemple, a signalé que la « seule différence entre un artiste traditionnel et un créateur de jeux [...] est qu'ils utilisent dorénavant des moyens d'expression numérique plutôt que les moyens plus traditionnels²⁵ ». En parlant de l'édition du livre, Glenn Rollins, associé dans la maison d'édition Lone Pine Publishing, entrevoit « une transition assez longue, où l'équilibre entre les ressources numériques et le support papier se modifie, mais où les deux sont utilisés ». À son avis, « à long terme, le support papier continuera sans doute d'être utilisé²⁶ ». Il a ajouté que dans le commerce de livres « les transactions numériques constituent vraiment une toute petite partie du marché en ce moment — de 1 à 5 %²⁷ ».

Mark Jamison, directeur général de Magazines Canada, abondait dans le même sens quand il a dit : « Un thème commun de discussion fait état du fait que les jeunes abandonnent les médias imprimés, mais rien n'est plus faux. En fait, les jeunes âgés de 18 à 24 ans constituent la plus grande frange du lectorat de magazines imprimés²⁸. » Il a précisé cependant que l'industrie du magazine créait du contenu enrichi sur les sites Web parce que les consommateurs réclament du contenu canadien sur de nouveaux supports²⁹.

Fred Mattocks de CBC/Radio-Canada a exprimé un point de vue semblable lorsqu'il a parlé de répondre aux demandes découlant des technologies nouvelles et émergentes :

Le plus important est de savoir dans quelle direction vont les Canadiens : les dispositifs qu'ils utilisent, les technologies qu'ils utilisent pour vivre dans notre pays, pour avoir

23	<i>Témoignages</i> , Comité, réunion n° 10, 40 ^e législature, 3 ^e session, 27 avril 2010, 1140.
24	<i>Témoignages</i> , Comité, réunion n° 12, 40 ^e législature, 3 ^e session, 4 mai 2010, 1250.
25	<i>Ibid.</i>
26	<i>Témoignages</i> , Comité, réunion n° 8, 40 ^e législature, 3 ^e session, 20 avril 2010, 1240.
27	<i>Ibid.</i>
28	<i>Témoignages</i> , Comité, réunion n° 16, 40 ^e législature, 3 ^e session, 25 mai 2010, 1130.
29	<i>Ibid.</i>

émane de l'intégration verticale sans précédent à laquelle nous assistons dans l'industrie de la radiodiffusion [...]»¹⁶.

On observe parallèlement que les distinctions entre les divers intervenants s'estompent, comme l'a expliqué Aline Côté, présidente du Comité du droit d'auteur et editrice, Association nationale des éditeurs de livres :

[La numérisation] a permis à de nouvelles entreprises devenues souvent multimilliaires grâce au contenu culturel, à des usagers de bonne foi, à des pirates et même à nos bibliothèques d'assumer des fonctions autrefois réservées à l'édition, soit la création de formats, la cession à des tiers et d'usurper aussi une partie des fonctions qui étaient traditionnellement données à la librairie ou aux bibliothèques¹⁷.

La convergence a d'autres effets, comme l'a signalé Pierre Proulx, directeur général d'Alliance numérique-Réseau de l'industrie numérique du Québec, qui nous a dit que, « dans un contexte de convergence numérique, il n'y a plus de frontières et que le marché est désormais hautement concurrentiel et très mondial¹⁸ ». Pour Gary Maavara, vice-président et avocat général de Corus Entertainment Inc., la mondialisation ouvre toutes sortes de possibilités. M. Maavara nous a dit que les productions de sa société « sont aujourd'hui disponibles dans plus de 160 pays dans le monde entier, dans plus de 40 langues différentes¹⁹ ».

En ce qui concerne l'interaction des créateurs et des consommateurs, la directrice de la Writers Guild of Canada, Maureen Parker, a dit que les médias numériques permettent aux créateurs d'atteindre leur auditoire directement et de réduire leurs coûts de production, si bien que les scénaristes, par exemple, peuvent devenir des producteurs de contenu numérique²⁰. Pour sa part, le président-directeur général de Score Media Inc, John Levy, estime que le changement le plus fondamentalement tient à ce que les personnes peuvent maintenant communiquer entre elles et partager du contenu instantanément²¹. Le directeur national de la Conférence canadienne des arts (CCA), Alain Pineau, nous a dit que le numérique « a changé la façon dont les artistes produisent et la relation des institutions avec leurs publics. L'interactivité bouleverse les modèles d'affaires et modifie les modes de consommation des produits culturels²². »

Les médias numériques et émergents ont aussi eu pour effet de susciter, dans les industries concernées, des grappes d'entreprises de création. David Wolfe, professeur de sciences politiques et codirecteur du programme d'étude de la mondialisation et des systèmes d'innovation régionaux à l'Université de Toronto, nous a dit que l'on retrouve ce

16	Témoignages, Comité, réunion n° 25, 40° législature, 3° session, 26 octobre 2010, 1530.
17	Témoignages, Comité, réunion n° 7, 40° législature, 3° session, 15 avril 2010, 1110.
18	Témoignages, Comité, réunion n° 14, 40° législature, 3° session, 11 mai 2010, 1210.
19	Témoignages, Comité, réunion n° 16, 40° législature, 3° session, 25 mai 2010, 1215.
20	Témoignages, Comité, réunion n° 12, 40° législature, 3° session, 4 mai 2010, 1110.
21	Témoignages, Comité, réunion n° 15, 40° législature, 3° session, 13 mai 2010, 1115.
22	Ibid., 1205.

M. Glick de Google Inc. a soulevé la même question⁹, tandis que Daniel J. Caron, bibliothécaire et archiviste à Bibliothèque et Archives Canada, a dit que « l'abondance de l'information affecte la capacité de toutes les sociétés à édifier, préserver et rendre accessible leur patrimoine documentaire¹⁰ ». À titre d'exemple, Tom Jenkins, président exécutif et administrateur en chef de la stratégie chez Open Text Corporation, a fait remarquer que « le contenu numérique double tous les 30 jours — j'entends par cela le contenu numérique du monde entier. C'est dire qu'à l'été, tout, depuis les débuts de la civilisation, aura doublé¹¹ ».

La question de la convergence a été soulevée par plusieurs témoins. M. Glick a insisté sur deux points : « premièrement, tout converge désormais sur Internet public; et deuxièmement, en corollaire, cette convergence est bonne pour l'innovation, la variété des choix offerts aux consommateurs et la concurrence¹² ». Il a ajouté que la télévision, le téléphone cellulaire, le téléphone fixe et la cablodistribution, ainsi que toutes sortes de contenus, convergent sur Internet¹³.

Pour John Bonnett, professeur adjoint au département d'histoire de l'Université Brock et titulaire de la chaire de recherche du Canada en sciences humaines numériques, la convergence signifie que divers logiciels peuvent être combinés et utilisés de manière innovatrice. Il a donné l'exemple du Système d'information géographique, « une invention canadienne dans laquelle on a fusionné des cartes et des bases de données, et que l'on utilise maintenant dans des applications de soutien allant de la cartographie à l'urbanisme, en passant par la gestion des situations d'urgence¹⁴ ».

La convergence des technologies a entraîné aussi une convergence en ce qui concerne les entreprises, ce qui n'est pas sans conséquence sur les créateurs. Claire Samson, présidente et directrice générale de l'Association des producteurs de films et de télévision du Québec, nous a dit :

La numérisation et la convergence accentuent la tendance à la concentration des droits de propriété des médias. Il y a des interrelations croissantes et une complémentarité entre les secteurs de la télécommunication, de la publication, de la radiodiffusion et de l'Internet, où un petit nombre de joueurs économiques sont en mesure de posséder de vastes ensembles d'entreprises¹⁵.

Michael Hennessy de TELUS Communications a abondé dans le même sens lorsqu'il a affirmé que « [...] la plus grande menace pour l'accès, la diversité et le choix

- | | |
|----|---|
| 9 | Témoignages, Comité, réunion n° 4, 40 ^e législature, 3 ^e session, 30 mars 2010, 1115. |
| 10 | Témoignages, Comité, réunion n° 12, 40 ^e législature, 3 ^e session, 4 mai 2010, 1115. |
| 11 | Témoignages, Comité, réunion n° 15, 40 ^e législature, 3 ^e session, 13 mai 2010, 1135. |
| 12 | Témoignages, Comité, réunion n° 4, 40 ^e législature, 3 ^e session, 30 mars 2010, 1110. |
| 13 | Ibid. |
| 14 | Témoignages, Comité, réunion n° 10, 40 ^e législature, 3 ^e session, 27 avril 2010, 1235. |
| 15 | Témoignages, Comité, réunion n° 12, 40 ^e législature, 3 ^e session, 4 mai 2010, 1215. |

CHAPITRE 2 : LES MÉDIAS NUMÉRIQUES ET ÉMERGENTS : POSSIBILITÉS

2.1 Répercussions sur les industries culturelles

En réponse aux questions sur les répercussions de l'évolution des médias numériques et émergents sur les industries culturelles du Canada qu'avait posées le Comité dans le mandat qu'il s'est donné, certains témoins ont parlé des caractéristiques des médias numériques et émergents et de leurs conséquences.

Plusieurs témoins ont présenté des analyses théoriques des effets des médias numériques et émergents. M. Gaffield, par exemple, du Conseil de recherches en sciences humaines, a signalé trois profonds changements, « premièrement, une nouvelle reconnaissance de la complexité; deuxièmement un nouvel engagement à l'égard de la diversité; troisièmement, un nouvel accent mis sur la créativité », et a ajouté que les médias numériques et émergents « facilitent, accélèrent et redéfinissent l'importance de ces changements clés⁵ ».

Plusieurs témoins ont noté la rapidité avec laquelle ces changements s'opéraient, rapidité qui n'est pas sans inquiéter Tom Perlmutter, commissaire du gouvernement à la cinématographie et président de l'Office national du film (ONF) :

Nous travaillons sur la base de l'hypothèse de changements progressifs et gérables. Or, il pourrait survenir quelque chose de très différent. Au lieu de changements progressifs, nous avançons peut-être vers un point de basculement où — bang — tout serait défait à la vitesse grand V⁶.

M. Geist, de l'Université d'Ottawa, a mis en relief « le passage d'un monde de rareté, caractérisé par une bande passante limitée et la difficulté d'accéder à la culture, à un monde d'abondance où l'accès à la culture est pratiquement illimité⁷ ». Il en a décrit ainsi les conséquences :

Dans un monde de rareté, vous pouviez éliminer certains types de contenu; vous pouviez maintenir la rareté, ce qui rendait les choses plus faciles à régler. Aujourd'hui, nous vivons dans un monde d'abondance où il est tout simplement impossible d'empêcher l'entrée du contenu, ce qui crée de sérieux défis pour ceux qui veulent une réglementation fondée sur cette rareté⁸.

5	Témoignages, Comité, réunion n° 32, 40 ^e législature, 2 ^e session, 27 octobre 2009, 1115.
6	Témoignages, Comité, réunion n° 11, 40 ^e législature, 3 ^e session, 29 avril 2010, 1130.
7	Témoignages, Comité, réunion n° 3, 40 ^e législature, 3 ^e session, 25 mars 2010, 1110.
8	<i>Ibid.</i> , 1155.

résume les témoignages recueillis jusque-là. En octobre et en novembre, le Comité a consacré quatre autres réunions à cette étude, au cours desquelles il a entendu 13 groupes et particuliers et a reçu un mémoire.

Le présent rapport final prend appui sur le rapport intermédiaire et y intègre les témoignages entendus au cours des quatre réunions supplémentaires consacrées à l'étude. Il comprend aussi 26 recommandations.

Ces trois personnes ont donné au Comité un aperçu des retombées des médias numériques, de la situation du Canada en ce qui concerne l'adoption des médias numériques, de certains des problèmes à régler et du rôle éventuel du gouvernement fédéral. Ils nous ont parlé de l'abondance et de la complexité de l'information générée par les médias numériques et nous ont fait valoir à quel point il était important que le Canada apprivoise les médias numériques en précisant les mesures qu'il pourrait prendre à cet égard.

À la suite de ces audiences, le Comité a décidé d'effectuer une étude approfondie de la question intitulée *Les médias numériques et émergents : Possibilités et défis*, et il s'est donné le mandat suivant le 1^{er} avril 2010 :

Dans son étude, le Comité du patrimoine canadien explorera l'évolution des médias numériques et émergents, leur impact sur les industries culturelles canadiennes et ce que les institutions fédérales peuvent faire pour aider les Canadiens et leurs industries culturelles à en tirer profit.

Dans le cadre de son étude, le Comité examinera les questions suivantes :

1. Quels sont les impacts de l'évolution des médias numériques et émergents sur les industries culturelles canadiennes?
 - Comment ces développements futurs les affecteront?
 - Y a-t-il des histoires à succès proprement canadiennes?
2. Que peuvent faire les industries culturelles canadiennes pour tirer profit de l'évolution des médias numériques et émergents et se préparer aux développements futurs?

3. Y a-t-il moyen de s'assurer que les créateurs de contenus artistiques et culturels soient convenablement rémunérés pour leur travail?
4. Que faire pour doter les Canadiens, y compris ceux qui travaillent dans les industries culturelles, des compétences voulues pour tirer profit des médias numériques et émergents?

5. Que faire pour assurer que tous les Canadiens, où qu'ils vivent et quelle que soit leur situation socioéconomique, aient accès aux médias numériques et émergents?
6. Quelles politiques le gouvernement fédéral pourrait-il adopter pour aider les Canadiens et leurs industries culturelles à tirer profit de l'évolution des médias numériques et émergents?

7. Quel serait l'impact des changements dans les règles régissant la propriété étrangère, y compris les changements législatifs et réglementaires, sur le contenu canadien et la culture canadienne?

Le Comité a tenu des audiences jusqu'au 25 mai 2010. Incluant l'étude préalable, il a tenu un total de 13 audiences, durant lesquelles il a entendu 43 groupes et particuliers. Le 17 juin, le Comité a présenté à la Chambre des communes un rapport intérimaire qui

MÉDIAS NUMÉRIQUES ET ÉMERGENTS : POSSIBILITÉS ET DÉFIS

CHAPITRE 1 : INTRODUCTION

1.1 Contexte

Dans deux de ses récents rapports, le Comité permanent du patrimoine canadien (ci-après le Comité) a fait état des répercussions des médias numériques et émergents¹ sur la radiodiffusion publique au Canada (CBC/Radio-Canada : *Définir la spécificité dans un paysage médiatique en évolution*² et sur la télédiffusion (*Enjeux et défis relatifs à la télévision locale*³). L'évolution des médias numériques et émergents est en train de transformer l'environnement d'autres industries culturelles comme la radio, l'édition du livre, l'édition de magazines, l'édition de musique et la distribution de films.

Vu l'évolution rapide de l'univers médiatique et la profonde influence que les médias numériques et émergents exercent sur tous les aspects de la culture, le Comité a décidé d'étudier les répercussions globales des médias numériques et émergents. Il a cependant estimé utile de faire une étude préalable de la question pour cerner les sujets à approfondir. En conséquence, le 2 mars 2009, il a été convenu :

Que le Comité tienne trois séances au sujet des nouveaux médias, puis qu'il décide si d'autres réunions seront nécessaires⁴.

1.2 Étude préalable

Dans son étude préalable, le Comité a tenu des audiences durant lesquelles il a entendu le président du Conseil de recherches en sciences humaines (CRSH), Chad Gaffield, le titulaire de la Chaire de recherche du Canada en droit d'Internet et du commerce électronique, le professeur de droit de l'Université d'Ottawa, Michael Geist, et le conseiller en matière de politique au Canada de Google Inc., Jacob Glick.

On a choisi d'employer l'expression « médias numériques et émergents » au lieu des termes « nouveaux médias » et « médias numériques » pour englober tous les services numériques offerts par la voie d'Internet ou de réseaux sans fil ou de plateformes comme les appareils de jeu vidéo.

Comité, CBC/Radio-Canada : *Définir la spécificité dans un paysage médiatique en évolution*, février 2008, <http://www2.parl.gc.ca/HousePublications/Publication.aspx?DocId=3297009&Mode=1&Parl=39&Ses=2&Lang=fr>, consulté le 8 juin 2010.

Comité, Enjeux et défis relatifs à la télévision locale, <http://www2.parl.gc.ca/HousePublications/Publication.aspx?DocId=4005108&Mode=1&Parl=40&Ses=2&Lang=fr>, consulté le 8 juin 2010.

Procès-verbal, Comité, réunion n° 6, 40^e législature, 2^e session, 2 mars 2009.

39	4.7 Propriété étrangère.....
41	4.8 Contenu canadien.....
42	4.9 Accès et formation.....
45	CHAPITRE 5 : RECOMMANDATIONS.....
49	ANNEXE A : LISTE DES TÉMOINS.....
55	ANNEXE B : LISTE DES MÉMOIRES.....
57	PROCÈS-VERBAUX.....
59	DEMANDE DE RÉPONSE DU GOUVERNEMENT.....

TABLE DES MATIÈRES

MÉDIAS NUMÉRIQUES ET ÉMERGENTS : POSSIBILITÉS ET DÉFIS.....	1
CHAPITRE 1 : INTRODUCTION.....	1
1.1 Contexte	1
1.2 Étude préalable.....	1
CHAPITRE 2 : LES MÉDIAS NUMÉRIQUES ET ÉMERGENTS : POSSIBILITÉS.....	5
2.1 Répercussions sur les industries culturelles	5
2.2 Réussites	9
CHAPITRE 3 : MÉDIAS NUMÉRIQUES ET ÉMERGENTS : DÉFIS.....	13
3.1 Introduction	13
3.2 Patrimoine numérique.....	13
3.3 Accès Internet à large bande	15
3.4 Formation.....	15
3.5 Droit d'auteur	17
3.5.1 Introduction	17
3.5.2 Protection des œuvres de création	17
3.5.3 Utilisation équitable	19
3.5.4 Redevance sur la copie pour usage privé	21
3.5.5 Responsabilité du fournisseur de services Internet.....	22
3.6 Remunération des créateurs.....	24
3.7 Modèles d'affaires.....	25
3.8 Contenu canadien.....	28
3.9 Internet ouvert.....	30
CHAPITRE 4 : MÉDIAS ÉMERGENTS ET NUMÉRIQUES : LE RÔLE DU GOUVERNEMENT FÉDÉRAL.....	31
4.1 Introduction	31
4.2 La numérisation de l'information gouvernementale et du patrimoine documentaire	31
4.3 La stratégie numérique nationale.....	32
4.4 Lois et règlements.....	34
4.5 Le Fonds des médias du Canada	37
4.6 Traités internationaux	38

LE COMITÉ PERMANENT DU PATRIMOINE CANADIEN

a l'honneur de présenter son

SEPTIÈME RAPPORT

Conformément au mandat que lui confère l'article 108(2) du Règlement, et aux motions adoptées par le Comité le mardi 16 mars 2010 et le mardi 5 octobre 2010, le Comité a étudié les Médias numériques et émergents : les possibilités et défis et a convenu de faire rapport de ce qui suit :

COMITÉ PERMANENT DU PATRIMOINE CANADIEN

septembre 2010 à février 2011

PRÉSIDENT

L'hon. Michael Chong, député

VICE-PRÉSIDENTS

Carole Lavallée, députée
Pablo Rodriguez, député

MEMBRES

Charlie Angus, député
Patrick Brown, député
Dean Del Mastro, député
Roger Pomerleau, député
Scott Simms, député
Scott Armstrong, député
Bonnie Crombie, députée
Royal Galipeau, député
Blake Richards, député

GREFFIER DU COMITÉ

Richard Dupuis
Graham Truelove

BIBLIOTHÈQUE DU PARLEMENT

Service d'information et de recherche parlementaires
Marion Ménard
Michael Dewing

COMITÉ PERMANENT DU PATRIMOINE CANADIEN

octobre 2009 à juin 2010

PRÉSIDENT

Gary Schellenberger, député

VICE-PRÉSIDENTS

Carole Lavallée, députée
Pablo Rodriguez, député

MEMBRES

Charlie Angus, député
Dean Del Mastro, député
Royal Galipeau, député
Roger Pomerleau, député
Tim Uppal, député
Rod Bruinoooge, député
Ruby Dhalla, députée
Nina Grewal, députée
Scott Simms, député

GREFFIER DU COMITÉ

Richard Dupuis

BIBLIOTHÈQUE DU PARLEMENT

Service d'information et de recherche parlementaires

Marion Ménard

Michael Dewing

MÉDIAS NUMÉRIQUES ET ÉMERGENTS : LES POSSIBILITÉS ET DÉFIS

**Rapport du Comité permanent
du patrimoine canadien**

Le président

L'honorable Michael Chong, député

FÉVRIER 2011

40^e LÉGISLATURE, 3^e SESSION



Publié en conformité de l'autorité du Président de la Chambre des communes

PERMISSION DU PRÉSIDENT

Il est permis de reproduire les délibérations de la Chambre et de ses comités, en tout ou en partie, sur n'importe quel support, pourvu que la reproduction soit exacte et qu'elle ne soit pas présentée comme version officielle. Il n'est toutefois pas permis de reproduire, de distribuer ou d'utiliser les délibérations à des fins commerciales visant la réalisation d'un profit financier. Toute reproduction ou utilisation non permise ou non formellement autorisée peut être considérée comme une violation du droit d'auteur aux termes de la *Loi sur le droit d'auteur*. Une autorisation formelle peut être obtenue sur présentation d'une demande écrite au Bureau du Président de la Chambre.

La reproduction conforme à la présente permission ne constitue pas une publication sous l'autorité de la Chambre. Le privilège absolu qui s'applique aux délibérations de la Chambre ne s'étend pas aux reproductions permises. Lorsqu'une reproduction comprend des mémoires présentés à un comité de la Chambre, il peut être nécessaire d'obtenir de leurs auteurs l'autorisation de les reproduire, conformément à la *Loi sur le droit d'auteur*.

La présente permission ne porte pas atteinte aux privilèges, pouvoirs, immunités et droits de la Chambre et de ses comités. Il est entendu que cette permission ne touche pas l'interdiction de contester ou de mettre en cause les délibérations de la Chambre devant les tribunaux ou autrement. La Chambre conserve le droit et le privilège de déclarer l'utilisateur coupable d'outrage au Parlement lorsque la reproduction ou l'utilisation n'est pas conforme à la présente permission.

On peut obtenir des copies supplémentaires en écrivant à :
Les Éditions et Services de dépôt Travaux publics et Services gouvernementaux Canada
Ottawa (Ontario) K1A 0S5
Téléphone : 613-941-5995 ou 1-800-635-7943
Télécopieur : 613-954-5779 ou 1-800-565-7757
publications@tpsgc-pwgsc.gc.ca
<http://publications.gc.ca>

Aussi disponible sur le site Web du Parlement du Canada à
l'adresse suivante : <http://www.parl.gc.ca>

**MÉDIAS NUMÉRIQUES ET ÉMERGENTS : LES
POSSIBILITÉS ET DÉFIS**

**Rapport du Comité permanent
du patrimoine canadien**

Le président

L'honorable Michael Chong, député

FÉVRIER 2011

40^e LÉGISLATURE, 3^e SESSION



**CHAMBRE DES COMMUNES
CANADA**